

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

Empresa-Pasantía

Cámara de Comercio de Guayaquil

Best Communications S.A.

Tesis de grado:

**Proyecto de Factibilidad Económica
Financiera para la Construcción de un
Hotel en el Cantón Durán**

Cristina Mancheno Torres

Alex Palma San Lucas

Tutor: Econ. Venustiano Carrillo

Guayaquil, 21 de Noviembre de 2011

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	2
RESUMEN EJECUTIVO	3
EXECUTIVE SUMMARY	5
RÉSUMÉ	7
CAPÍTULO I	9
1. CARACTERÍSTICAS DE DURÁN COMO DESTINO TURÍSTICO	9
1.1 Ubicación	9
1.2 Límites	9
1.3 Población	9
1.4 Transporte y acceso	9
1.5 Morfología	10
1.6 Atractivos turísticos	10
CAPÍTULO II	11
LA EMPRESA	11
2.1 Accionistas	11
2.2 Aportes de capital	12
2.3 Estudio legal	12
2.3.1 Requisitos para línea de fábrica	13
2.3.2 Requisitos para la obtención de la licencia de funcionamiento	13
2.3.3 Requisitos para obtener la calificación de hotel de 4 estrellas .	14
CAPÍTULO III	15
ESTUDIO DE MERCADO	15
3.1 Tamaño de mercado:	15
3.2 Crecimiento	17
3.3 Ciclo de vida	18
3.4 Sustitutos	18
3.5 Análisis de la competencia	18
3.6 Segmentación	19
3.6.1 Segmento 1: Turistas nacionales de 20 a 50 años.....	19
3.6.1.1 Tamaño de mercado del 1 segmento.....	19

3.6.1.2 Crecimiento del segmento 1.....	20
3.6.1.3 Ciclo de vida del segmento 1	20
3.6.1.4 Sustitutos del segmento 1	20
3.6.1.5 Análisis de la competencia del segmento 1	21
3.6.2 Segmento 2: ejecutivos de 20 a 40 años provenientes de Guayaquil que trabajan en Durán.....	21
3.6.2.1 Tamaño de mercado del segmento 2.....	21
3.6.2.2 Crecimiento del segmento 2.....	23
3.6.2.3 Ciclo de vida del segmento 2	23
3.6.2.4 Sustitutos del segmento 2	23
3.6.2.5 Análisis de la competencia del segmento 2	24
3.6.3.1 Tamaño de mercado del segmento 3.....	25
3.6.3.2 Crecimiento	26
3.6.3.3 Ciclo de vida del segmento 3	26
3.6.3.4 Sustitutos del segmento 3.....	26
3.6.3.5 Análisis de la competencia del segmento 3	27
3.7 Análisis de resultados de la validación de los segmentos de mercado.....	27
3.8 Estudio de campo.....	28
3.8.1 Determinación del tamaño de la muestra	28
3.8.2 Descripción del tamaño de muestra	29
3.8.3 Análisis de resultados obtenidos del proceso de encuestas ...	30
3.8.4 Análisis de resultados obtenidos del proceso de entrevistas ...	31
3.8.4.1 Fase 1 del proceso de entrevistas: Identificar la necesidad del segmento.....	31
3.8.4.2 Fase 2 del proceso de entrevistas: Presentación del prototipo de servicio a ofrecer a los clientes: toma de prueba de características y funcionalidades del servicio.	36
3.8.4.3 Fase 3 del proceso de entrevistas: Confirmación de precio y distribución.....	40
CAPÍTULO IV.....	42
4. PLAN DE MARKETING	42
4.1 Misión	42
4.2 Visión.....	42
4.3 Objetivo General.....	42
4.4 Objetivos Específicos	43
4.5 Valores Institucionales.....	43
4.6 Análisis de las cinco fuerzas de Porter	45

4.7 Análisis del entorno	46
4.7.1 Político.....	46
4.7.2 Económico-Social.....	47
4.7.3 Ecológico.....	47
4.8 Análisis de Impacto Ambiental.....	48
4.8.1 Fase Construcción.....	48
Elaborado por: Los autores	48
4.8.2 Fase Operación.....	49
4.8.3 Modelo de negocio Canvas	50
4.8.4 Análisis FODA.....	53
4.9 Marketing mix.....	55
4.9.1 Producto.....	55
4.9.1.1 Slogan.....	55
4.9.1.2 Logotipos.....	56
4.9.1.2.1 Logotipo del hotel Brisas de Santay.....	56
4.9.1.2.2 Logotipo del restaurante del hotel Brisas de Santay	56
4.9.2 Precio	58
4.9.3 Plaza	58
4.9.4 Publicidad.....	59
4.9.4.1 Modelo flyer.....	59
4.9.4.2 Modelo de tarjeta de presentación del hotel.....	60
4.10 Plan de acción.....	61
<i>CAPÍTULO V.....</i>	62
<i>ESTUDIO TÉCNICO.....</i>	62
5.1 Ubicación del hotel.....	62
5.1.1 Macrolocalización.....	62
5.1.2 Microlocalización	63
5.2 Tamaño de la planta	63
5.3 Distribución física.....	64
5.4 Estructura Organizacional	65
5.5 Funciones del Personal del hotel.....	66
5.6 Perfil del personal.....	73
5.6.1 Aptitudes Intelectuales	73
5.6.2 Aptitudes Profesionales.....	74
5.7 Plan de reclutamiento, selección y capacitación.....	75
5.7.1 Reclutamiento	75
5.7.2 Selección.....	75

5.7.3 Capacitación.....	75
5.8 Procesos y macropocesos del negocio	76
5.9 Sistema Informático operativo	77
5.9.1 Propiedades destacadas	77
CAPÍTULO VI.....	79
6. ESTUDIO FINANCIERO.....	79
6.1 Plan de inversión del proyecto.....	79
6.2 Financiamiento del proyecto	80
6.2.1 Cronograma de desembolso	81
6.2.2 Amortización de la deuda	82
6.3 Premisas para cálculos y estimaciones de ingresos y volumen de ventas	83
6.4 Estimación de la demanda.....	84
6.4.1 Cálculo de la demanda de alojamiento.....	84
6.4.2 Cálculo de la demanda del restaurante	86
6.4.3 Cálculo de la demanda del salón múltiple y salón de ejecutivos	87
6.5 Proyección de ingresos	89
6.6 Estimación de gastos y costos operativos	90
6.7 Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado	91
6.8 Flujo de caja proyectado.....	92
6.9 Tasa interna de retorno	93
6.10 Balance general histórico proyectado.....	94
6.11 Punto de equilibrio incluyendo el servicio de la deuda	95
6.12 Punto de equilibrio sin incluir el servicio de la deuda	96
6.13 Análisis de Sensibilidad.....	98
6.14 Indicadores Financieros	99
CONCLUSIONES.....	100
RECOMENDACIONES.....	101
REFERENCIA BIBLIOGRAFICA	102
ANEXOS.....	104

INTRODUCCIÓN

El turismo en Ecuador es un factor importante para la reactivación de la economía. Sin lugar a duda el turismo es un eje fundamental con relación a la generación de empleo, la inversión local y extranjera, éste a su vez aporta al desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; es una atractiva contribución de divisas para la nación.

Adicional a esto, lo que realmente hace atractivo al Ecuador es la diversidad de paisajes, la biodiversidad en flora, fauna y las posibilidades de realizar turismo en cualquiera de estos lugares maravillosos que posee el país. El sector turístico ecuatoriano se ha desarrollado en los últimos años lo cual refleja algo muy positivo.

Por su parte, el sector hotelero ha tenido un gran crecimiento en los últimos años, esto se debe a múltiples variables: la diversidad de temporadas en el año, el avance de la regeneración urbana, el aumento de la inversión en centros de alojamiento debido a la creciente demanda, asimismo, citar la llegada de una gran cantidad de turistas extranjeros a nuestro país.

Actualmente, la industria hotelera ecuatoriana muestra grandes avances en cuanto a infraestructura y servicio. La demanda está marcada no solamente por la necesidad de centros de alojamiento sino también por la calidad y vocación al servicio que el visitante requiere en su estadía.

JUSTIFICACIÓN

La industria hotelera ecuatoriana está desarrollada dentro de un concepto tradicional y ciudadano. El pensamiento del inversionista interesado en este sector ha estado fundamentado en llegar a su consumidor con un concepto de buena imagen, prestigio, modernidad de instalaciones, amplitud en todas áreas del hotel. A pesar de que nuestro país cuenta con una gran cantidad de atractivos turísticos, no existe una oferta de centros de hospedaje con un concepto de ecoturismo

Es así que nuestra idea está enfocada en ofrecerle al visitante un servicio que se aparte de lo habitual, brindándole un servicio completo en cuanto a instalaciones dentro de un ambiente cómodo y en contacto con la naturalidad de paisajes y zonas ecológicas.

La poca oferta de centros de hospedaje que existen actualmente en Durán, representa para nosotros una gran oportunidad para desarrollar nuestro hotel en esta ciudad.

Cabe indicar que gracias a la ejecución de este proyecto se logrará promover el desarrollo de los habitantes de Durán gracias a la generación de fuentes de empleo. Asimismo, se contribuirá al impulso del turismo en la isla Santay, la cual fue recientemente nombrada como zona ecológica protegida por el Ministerio de Ambiente y considerada como uno de los humedales más importantes a nivel nacional, por su riqueza en flora y fauna.

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal de esta tesis es demostrar la factibilidad para el desarrollo del hotel BRISAS DE SANTAY situado en la ciudad de Durán. Se parte de la necesidad de fortalecer la poca oferta hotelera que existe actualmente en este cantón para impulsar un servicio de calidad, de allí que la idea de crear una ventaja competitiva servirá como oportunidad para incursionar en el mercado con un concepto innovador, ecológico, social y cultural.

BRISAS DE SANTAY es un hotel de cuatro estrellas, único en la ciudad de Durán, se trata de un proyecto muy innovador con una propuesta diferente puesto que el hotel cuenta con modernas instalaciones al servicio de visitantes que se hospedan por viaje de negocios y de placer, además de nuestro gran atractivo que es ofrecerles un paseo a la maravillosa isla Santay.

Esta tesis ha sido desarrollada de acuerdo a pautas de investigación exploratoria, recopilación de información primaria mediante encuestas a segmentos tentativos previamente desarrollados, entrevistas con expertos, además de consultoría técnica con conocedores del sector hotelero. La determinación del tamaño del proyecto se debe a múltiples variables, tales como análisis de demanda por temporada, localización, segmentos y plan estratégico comercial.

El mercado objetivo está claramente enfocado en 2 tipos de consumidor: ejecutivos que laboran en la ciudad Durán y turistas nacionales y extranjeros. De allí surge el concepto de nuestro hotel que está plasmado en nuestro slogan "*comodidad y clase*", donde la idea es ofrecer al visitante un servicio de alojamiento con todas las comodidades.

Para el perfecto funcionamiento del proyecto, el hotel contará con un total de 60 habitaciones distribuidas en 22 simples, 20 dobles, 12 triples

además de 3 suites simples y 3 dobles, garaje propio, un restaurante, un bar karaoke, peluquería y spa, gimnasio, piscina, salón múltiple y salón de ejecutivos.

En base a todo lo planificado, nuestro proyecto demanda de una inversión inicial de \$ 2, 096,731.94, se estima un nivel ocupacional de alojamiento anual de 48%, como resultado de esto se espera que el proyecto obtenga un VAN de 714.441,16 y una TIRF de 23.58%, con un período de recuperación estimado en 5 años, lo cual demuestra la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

EXECUTIVE SUMMARY

The main objective of this thesis is to demonstrate the feasibility for the development of BRISAS DE SANTAY hotel which is located in Duran. It starts from the need to strengthen the low range of hotels that currently exists in this district to promote a quality service; it is for this reason that our idea of creating a competitive advantage will serve as an opportunity to penetrate into the market with an innovative concept, ecological, social and culture.

BRISAS DE SANTAY is a four star hotel, unique in Duran, it is about a very innovative project with a different proposal due to the modern facilities that hotel has available to visitors who travel for business and leisure, also we have a wide appeal which is to offer a ride to the beautiful island Santay.

This thesis has been developed according to guidelines of exploratory research, primary data collection through surveys of previously developed tentative segments, interviews with experts, and technical consulting with experts in the hotel sector. Determining the size of the project is due to many variables, such as seasonal demand analysis, location, business segments and strategic plan.

The target market is clearly focused on two types of consumers: executives working in Duran, and domestic and foreign tourists. For that reason we have adopted the concept of our hotel which is reflected in our slogan "comfort and class", the idea is to offer the visitor a hosting service with all amenities.

For perfect operation of the project, the hotel will have a total of 60 rooms distributed in 22 singles, 20 doubles, 12 triples plus 3 single and 3 double

suites, garage, restaurant, karaoke bar, hair salon and spa, fitness, pool, lounge and multiple executive lounge.

Based on all planned, our project demands an initial investment of \$ 2, 096,731.94, it is estimated an annual hosting occupational level of 48% as a result of this project it is expected to get a NPV of 714.441,16 and a FIRR of 23.58%, with an estimated recovery period of 5 years, all this shows the profitability and sustainability of the project.

RÉSUMÉ

L'objectif principal de cette thèse est de démontrer la faisabilité pour le développement de l'hôtel BRISAS DE SANTAY situé dans la ville de Durán. Il part de la nécessité de fortifier la peu d'offre hôtelière qui existe actuellement dans ce coin pour pousser un service de qualité, de là que l'idée de créer un avantage compétitif servira comme une opportunité pour nous positionner sur le marché avec un concept innovateur, écologique, social et culturel.

BRISAS DE SANTAY c'est un hôtel de quatre étoiles, unique dans la ville de Durán, il s'agit d'un projet très innovateur avec une différente proposition puisque l'hôtel raconte des installations modernes au service de visiteurs qu'ils se logent par voyage d'affaires et de plaisir, en plus de notre grand attrait qui est de leur offrir une promenade à l'île merveilleuse Santay.

Cette thèse a été développée conformément aux règles de recherche exploratoire, un résumé d'information primaire au moyen des enquêtes aux segments tentatives préalablement développés, des entrevues avec experts, en plus d'un cabinet-conseil technique avec connaisseurs du secteur hôtelier. La détermination de la taille du projet est due à divers variables, tels comme analyse de demande par saison, localisation, segments et un plan stratégique commercial.

Le marché objectif est clairement mis au point dans 2 types de consommateur : les exécutifs qui travaillent dans la ville Durán et les touristes nationaux et étrangers. De là il surgit, le concept de notre hôtel

qui est formé dans notre slogan "commodité et classe", où l'idée est d'offrir au visiteur un service de logement avec toute la commodité.

Pour le fonctionnement parfait du projet, l'hôtel disposera d'un total de 60 chambres distribuées dans 22 simples, 20 doubles, 12 triples en plus de 3 suites simples et 3 suites doubles, un garage, un restaurant, un bar karaoké, un salon de coiffure et spa, un gymnase, une piscine, un salon multiple et un salon d'exécutifs.

Sur la base de tout le planifié, notre projet demande d'un investissement initial de \$ 2, 096,731.94, on estime un niveau professionnel de logement annuel de 48 %, comme résultat de cela il s'attend que le projet obtient un VAN de 714.441,16 et une TIR de 23.58 %, avec une période de récupération estimée dans 5 ans, ce qui démontre la rentabilité et la viabilité du projet.

CAPÍTULO I

1. CARACTERÍSTICAS DE DURÁN COMO DESTINO TURÍSTICO

1.1 Ubicación

El cantón Durán está situado al margen oriental del Río Guayas, su jurisdicción política administrativa comprende la zona urbana y rural con una extensión de 58,65 y 253,08 km² respectivamente.

1.2 Límites

Norte: Río Babahoyo

Sur: El Cantón Naranjal

Este: El Cantón Yaguachi

Oeste: El Río Babahoyo.

1.3 Población

De acuerdo al censo 2010 el cantón Durán tiene 235,769 habitantes.

1.4 Transporte y acceso

Sus vías de acceso están asfaltadas y en buen estado. Actualmente existe un mejor acceso al cantón gracias a los puentes de la Unidad Nacional que une a Guayaquil con Durán.

1.5 Morfología

Goza de un clima cálido – tropical y su relieve está formado en la parte oriental por el Río Guayas, situándose en frente de la isla Santay. Por la parte suroeste se encuentra una pequeña cadena de elevaciones, donde se destaca el cerro de las cabras, con una altura de 88 metros sobre el nivel del mar. Por la parte occidental se encuentran suelos fértiles aptos para la agricultura y en la parte norte el suelo se caracteriza por ser bajo, permitiendo el asentamiento del mayor porcentaje de los habitantes.

1.6 Atractivos turísticos

Parque Divino Niño

Parque recreacional en el centro vial

Parque Cerro Redondo

Feria de Durán

Isla Santay

Malecón Alfredo Palacios

Malecón Roberto Gilbert

CAPÍTULO II

LA EMPRESA

GRUPO SANTAY S.A. es una empresa constituida bajo el cuerpo legal de Sociedad Anónima, es decir, establecida con un capital social aportado íntegramente por sus accionistas y dividido en partes iguales por acciones.

2.1 Accionistas

Tabla 1: Cantidad y precio de acciones

Accionista	C.I	# de acciones	Precio por acción (\$)	Valor total de acciones (\$)
Ing. Cristina Mancheno Torres	0926153362	400	1	400
Ing. Alex Palma San Lucas	0924050388	400	1	400

Elaborado por: Los autores

2.2 Aportes de capital

Tabla 2: Aportaciones de capital

Accionista	Valor de la aportación (\$)	% de aportación
Ing. Cristina Mancheno Torres	426,923.41	50%
Ing. Alex Palma San Lucas	426,923.41	50%
Total aportación de accionistas	853,846.8	100%

Elaborado por: Los autores

2.3 Estudio legal

Se cumplió con los siguientes requisitos exigidos para la aprobación del proyecto ante ente el Gobierno Autónomo Municipal del Cantón Durán- Dirección de Planeamiento Urbano.

2.3.1 Requisitos para línea de fábrica

- 1.-Copias de las escrituras registradas y catastradas.
- 2.-Copia de la cédula y nombramiento del gerente.
- 3.-Copia de los impuestos 2011.
- 4.-Levantamiento topográfico con coordenadas geográficas, firmadas por un profesional con su respectiva copia de credencial.
CD.
- 5.-Solicitud y carpeta para planeamiento urbano.
- 6.-Requisitos para permiso de construcción
- 7.- de las escrituras registradas y catastradas.
- 8.-Copias de los impuestos prediales al día.
- 9.-Copia de la cédula o nombramiento del representante si es compañía.
- 10.-Copias de la certificación o planilla del agua potable.
- 11.-Solicitud y carpeta para planeamiento urbano.
- 13.-Planos: Arquitectónicos- Estructurales (Dos láminas cada una).
- 14.-Estudio Impacto Ambiental.

2.3.2 Requisitos para la obtención de la licencia de funcionamiento

La empresa cumple con los siguientes requisitos

- 1.- Solicitud dirigida al Alcalde.
- 2.- Certificado del Registro del Ministerio.
- 3.- Patente Municipal.
- 4.- RUC.
- 5.-Lista de precios.
- 6.-Formulario de la planta.
- 7.- Certificado de pago.
- 8.- Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo.

2.3.3 Requisitos para obtener la calificación de hotel de 4 estrellas

1. Contar con un Asistente de Gerencia para atender los reclamos de los clientes.
2. Ofrecer a los huéspedes dos o más variedades de desayunos.
3. Deberán existir en estos establecimientos cajas fuertes individuales a disposición de los clientes que deseen utilizarlas, a razón de una por cada veinte habitaciones, salvo que se encuentren instaladas en éstas. De los efectos introducidos en dichas cajas fuertes, no será responsable el alojamiento salvo que hubiere dolo por parte de éste o de sus empleados.
4. Poseer instalaciones y maquinaria propias para el lavado y secado de ropa.
5. Cambiar ropa de cama y toallas diariamente y revisar las habitaciones a última hora de la tarde a fin de que estén listas para la noche.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El plan metodológico empleado en este proyecto estuvo basado en la recopilación de información primaria, consulta con expertos, análisis de la industria en términos de crecimiento, demanda y nivel de satisfacción. A continuación se muestra el desarrollo del proceso de validación de mercado.

3.1 Tamaño de mercado:

Fórmula tamaño de mercado

$$\text{TAMAÑO DE MERCADO} = (H_e + H_x) * f_q * p$$

Elaborado por: Los autores

Donde:

***H_e** representa el número de habitantes del Ecuador entre las edades de 20 a 50 años*

***H_x** representa el total de extranjeros que ingresaron en 2010*

***F_q** es la frecuencia estimada*

***P** es el precio estimado*

Cálculo:

$$(6'089,428 + 105,541) * 2 * \$45 = \$ 557'547,210$$

La cantidad de personas (He) se la obtuvo del total de habitantes que hay en el país entre 20 a 50 años más el número de turistas (Hx) que ingresaron al país el último año según cifras oficiales obtenidas de la Dirección Nacional de Migración al Mintur.

El número 2 es la frecuencia de compra anual estimada.

El valor de \$45 se lo obtuvo bajo el siguiente criterio:

- *Se tomó en consideración las ciudades donde se concentra el mayor porcentaje de alojamiento por parte de turistas nacionales y extranjeros, estos son: Quito, Atacames, Guayaquil, Baños y Cuenca.*
- *Para estimar una media de precios se tomaron en consideración las tarifas de 5 hoteles de cada ciudad de las antes mencionadas. (En el caso de Baños solo se hallaron 3 hoteles).*
- *Para la elección de los hoteles nos basamos en 2 criterios: cercanía al aeropuerto o terminal terrestre de cada ciudad y calificación del hotel, de 3, 4 y 5 estrellas. **Ver detalles en Anexo A.***

3.2 Crecimiento

Fórmula de crecimiento

$$\frac{(P_0 - P_1)}{P_0} * 100$$

Elaborado por: Los autores

Donde:

P₀ corresponde a las ventas registradas en el sector hotelero en el año 2010

P₁ representa las ventas registradas en el sector hotelero en el año 2009

Cálculo:

$$\frac{(4'139,932 - 3'970,396)}{3'970,396} * 100 = 4.27\%$$

Las cifras corresponden a los valores registrados en el sector hotelero en 2010 y 2009 según datos oficiales de la Comisión Económica Para América Latina y El Caribe (CEPAL).

3.3 Ciclo de vida

La industria hotelera está en crecimiento según la Federación Hotelera del Ecuador. El crecimiento y la variación del mismo se basan en el número de turistas que ingresan al país año a año. La tasa de incremento de habitaciones en nuestro país está en el 9% anual lo que evidencia una falta de habitaciones en el futuro. Por otro lado, la actividad hotelera crece en un 61% en los días de feriados; el 80% de los turistas que visitan la ciudad son nacionales, según la Cámara de Turismo.

3.4 Sustitutos

Entre los sustitutos consideramos todos los centros de hospedaje: hostales, hosterías e incluso consideramos los hogares: departamentos y casas (considerando que hay turistas que vienen a hospedarse en casa de familiares y amigos)

3.5 Análisis de la competencia

Tomamos en consideración los hoteles de Durán, actualmente existen 6; además de los hoteles de Guayaquil, considerando que es la ciudad más cercana con mayor número de habitantes.

3.6 Segmentación

3.6.1 Segmento 1: Turistas nacionales de 20 a 50 años

3.6.1.1 Tamaño de mercado del 1 segmento

Fórmula del tamaño de mercado para el segmento 1

$$\text{TAMAÑO DE MERCADO}_{\text{segmento1}} = He * fq * p$$

Elaborado por: Los autores

Donde:

He representa la cantidad de habitantes ecuatorianos entre 20 a 50 años provenientes de Chimborazo, Pichincha, Los Ríos, Manabí y Guayas

Fq es la frecuencia estimada

P es el precio estimado

Cálculo:

$$3'704.694 * 3 * \$58.10 = \$ 645'728.164,2$$

El número de personas 3'704.694 se la obtuvo de las cifras oficiales de la población nacional señalada en el rango de edad de 20 a 50 años, correspondientes a las provincias de Chimborazo, Pichincha, Los Ríos, Manabí, Guayas. Se escogió estas provincias en base a la referencia del Hotel Kimberly, el cual posee en sus registros que las personas que se hospedan en el hotel provienen en su mayoría de estas provincias.

El número 3 es la frecuencia que se estimó en base a la frecuencia de los visitantes provenientes de Guayaquil que se hospedan en el hotel Kimberly de Durán. (Información cedida por la Administración del Hotel).

*El valor de \$58.10. (p) se lo obtuvo de las tarifas de los hoteles de Guayaquil (5) y Durán (4). De igual manera el criterio para la elección de los hoteles fue cercanía al aeropuerto de Guayaquil y calificación de 3,4 y 5 estrellas, en el caso de Durán, los 4 hoteles antes mencionados. **Ver cálculos de precios en Anexo B.***

3.6.1.2 Crecimiento del segmento 1

Se registró un 4.27%. Las cifras corresponden a los valores obtenidos en el sector hotelero en 2010 y 2009 a nivel país.

3.6.1.3 Ciclo de vida del segmento 1

La hotelería en el país crece a un ritmo acelerado anualmente. Afirma que esto se debe al rendimiento que produce el alquiler de habitaciones, según la Asociación de Hoteleros del Guayas.

3.6.1.4 Sustitutos del segmento 1

Un sustituto principal son las casas de familiares o amigos y propiedades de los turistas que las usan ocasionalmente (fines de semana, temporadas o días festivos).

3.6.1.5 Análisis de la competencia del segmento 1

Entre los competidores están los hoteles de Guayaquil por ser la ciudad más cercana y por supuesto los hoteles de Durán siendo los de esta ciudad nuestra competencia directa, actualmente estos son los más conocidos:

Hotel Kimberley

Hotel Soloy

Hotel Ficus

Hotel Palans

Hotel Taylor

Hotel Paris

3.6.2 Segmento 2: ejecutivos de 20 a 40 años provenientes de Guayaquil que trabajan en Durán

3.6.2.1 Tamaño de mercado del segmento 2

Fórmula del tamaño de mercado para el segmento 2

$$\text{TAMAÑO DE MERCADO}_{\text{segmento2}} = H_{ej} * f_q * p$$

Elaborado por: Los autores

Donde:

Hej representa el número estimado de ejecutivos que trabajan en Durán

Fq es la frecuencia estimada

P es el precio estimado

Cálculo:

$$1,512 * 24 * \$54 = 1'959.552$$

*Para obtener la cantidad de ejecutivos que trabajan en Durán, se realizó un cálculo basado en el número de empresas que hay en Durán (registradas por la Cámara de Comercio de Durán). Se investigó en 7 empresas de este cantón el número total de personas que laboran allí (gerentes, obreros, proveedores) y donde residen. Se obtuvo una media de 150 personas por empresa, de los cuales una media de 35 personas tiene un puesto ejecutivo. Adicional se nos indicó que todos (ejecutivos) provienen de Guayaquil, sin embargo para calcular la media total consideramos un 10% de ejecutivos que tal vez viven en Durán. **Ver cálculos y detalles en Anexo C.***

El número 24 es la frecuencia de compra anual estimada. (Frecuencia estimada según datos de la Administración del Hotel Kimberly de Durán, respecto a los ejecutivos que se hospedan allí).

*El valor de \$54.00 es la tarifa promedio de las habitaciones que solicitan los ejecutivos que se hospedan en Durán. **Ver cálculos de la ponderación de precios en Anexo D.***

3.6.2.2 Crecimiento del segmento 2

De igual manera consideramos un crecimiento de 4.27%. Cabe mencionar que ha existido un incremento de huéspedes en hoteles debido a las obras que se han realizado en la ciudad, adicional se puede argumentar que el índice de crecimiento permanecerá constante debido a la cantidad de empresas, fábricas y aumento de negocios que hay en Durán, por defecto, aumento del número de ejecutivos que viajan por negocios.

3.6.2.3 Ciclo de vida del segmento 2

El sector empresarial se encuentra en pleno crecimiento según datos de la Municipalidad de Durán, la cual registra actualmente 481 empresas, en este mes se cambiaron 26 compañías de Guayaquil hacia este cantón, y se estima un crecimiento del número de empresas en esta ciudad debido al bajo costo del terreno respecto a Guayaquil. Asimismo, el aumento de empresas tiene por defecto el incremento de ejecutivos que viajarán de Guayaquil a Durán.

3.6.2.4 Sustitutos del segmento 2

Un claro sustituto es el alquiler permanente de departamentos para uso de los ejecutivos que trabajan en Durán; asimismo, la compra de casas para uso de trabajadores y ejecutivos, considerando como factor externo que se muden a este cantón.

3.6.2.5 Análisis de la competencia del segmento 2

En este segmento consideramos únicamente los hoteles de Durán, los cuales son:

Tabla 3: Hoteles de Durán

<i>Hotel</i>	<i>Nivel de reconocimiento</i>
<i>Hotel Kimberley</i>	<i>Alto +</i>
<i>Hotel Soloy</i>	<i>Mediano - Alto</i>
<i>Hotel Palans</i>	<i>Mediano - Alto</i>
<i>Hotel Ficus</i>	<i>Bajo</i>
<i>Hotel Taylor</i>	<i>Medio</i>
<i>Hotel Paris</i>	<i>Bajo</i>

Elaborado por: Los autores

3.6.3.1 Tamaño de mercado del segmento 3

Fórmula del tamaño de mercado para el segmento 3

$$\text{TAMAÑO DE MERCADO}_{\text{segmento3}} = Hx * fq * p$$

Elaborado por: Los autores

Donde:

Hx representa la cantidad estimada de turistas

Fq es la frecuencia estimada

P es el precio estimado

Cálculo:

$$62,269 * 1 * \$45 = \$2'802,113$$

La cantidad de 62,269 se la obtuvo calculando el número total de turistas que ingresaron en el 2010 al Ecuador, los cuales fueron 105,541 personas según datos del Mintur, a esto se le dedujo el porcentaje de los 3 países de donde más turistas provinieron, Colombia (26.68%), Perú (15.13%) y Estados Unidos (17.23%), resultando un porcentaje total de 59.04%.

El número 1 es la frecuencia de compra anual estimada para este segmento.

*Para estimar el precio de este segmento se consideró el mismo criterio de la estimación del precio del gran mercado. **Ver Anexo A.***

3.6.3.2 Crecimiento

Este segmento ha tenido un crecimiento del 10% que resulta de las cifras registradas (según el Mintur) en el sector turístico en 2010 (\$583) y 2009 (\$530) proveniente de extranjeros. Calculado de enero a septiembre en millones de dólares.

3.6.3.3 Ciclo de vida del segmento 3

El número de visitantes extranjeros creció en un 9.81% en el 2010 respecto al año anterior según el Ministerio de Turismo, lo cual evidencia no solo una gran expectativa respecto al crecimiento del sector hotelero sino una necesidad de desarrollarlo debido a la creciente demanda.

3.6.3.4 Sustitutos del segmento 3

Se considera entre los sustitutos las casas de amigos y familiares de los visitantes extranjeros, alquiler de departamentos, bajo el supuesto de que se trate de una estadía corta-mediana.

3.6.3.5 Análisis de la competencia del segmento 3

En este segmento consideramos como competidores los hoteles ya mencionados que existen en Durán: Hotel Kimberley, Hotel Palans, Hotel Soloy, Hotel Ficus, Hotel Taylor, Hotel Paris. Sin embargo, también incluimos como un competidor directo al sector hotelero de Guayaquil, ya que evidentemente el turista extranjero arriba al puerto principal, sea al aeropuerto o a la terminal terrestre, mismos que se encuentran en Guayaquil, de allí que la cercanía se convierte en el principal factor de elección, mencionamos los más cercanos: Hotel Las Peñas, Unipark, Hotel Plaza San Rafael, Hotel Orquídea Internacional, Hotel Real Palace. (Entre los considerados 3 y 4 estrellas).

3.7 Análisis de resultados de la validación de los segmentos de mercado

De acuerdo a los resultados obtenidos se llegó a la conclusión de apuntar al segmento de turistas nacionales entre 20 a 50 años. A continuación resumimos los datos más relevantes para la decisión final sobre este mercado objetivo:

- ✓ Tiene un tamaño de mercado bastante importante \$ 645'728.164,20
- ✓ Como resultado de los datos secundarios (provenientes de la administración del hotel Kimberly de Durán), es muy buena la acogida de huéspedes provenientes en su gran mayoría de Chimborazo, Pichincha, Los Ríos, Manabí y Guayas.
- ✓ La etapa de crecimiento de la oferta hotelera es de 9% anual, lo que evidencia una falta de centros de alojamientos en el futuro, de allí que encontramos no solo una oportunidad sino más bien una necesidad.

No obstante, no podemos desestimar el segmento número 2, que es el de ejecutivos de 20 a 50 años que trabajan en Durán, a continuación se muestra el razonamiento para apuntar también a este mercado que es sin duda muy atractivo:

- ✓ El sector industrial está creciendo en gran proporción en Durán, existe una evidente notoriedad en el aumento de compañías que están trasladándose hacia este cantón, lo que trae consigo un gran impacto empresarial en la ciudad.
- ✓ En base a la información secundaria obtenida de los hoteles de Durán, se encontró que su perfil de cliente es el ejecutivo que trabaja en este cantón.

De igual manera, no descartaremos el tercer segmento que tentativamente estuvo definido como turistas extranjeros de 30 a 60 años, ya que siempre se registra una importante cantidad de personas provenientes del exterior que se hospedan en hoteles.

3.8 Estudio de campo

3.8.1 Determinación del tamaño de la muestra

Fórmula de la muestra:

$$N = \frac{Z^2 * N * p * q}{[e^2 + (N-1)] + Z^2 * p * q}$$

Fuente: wikipedia/ tamaño de muestra

Donde:

Universo	$N= 50000$
Probabilidad de aceptación	$p= 0,5$
Probabilidad de fracaso	$q=0,5$
Margen de error	$e= 0.06$
Nivel de confianza	$Z=1.96$

Cálculo:

$$N= \frac{1,96^2 * 50000 * 0,5 * 0,5}{[0,06^2 + (50000 - 1)] + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

N= 265 encuestas

3.8.2 Descripción del tamaño de muestra

N: El universo representa nuestros tres segmentos: turistas nacionales 35.000, ejecutivos 1.680 y turistas extranjeros 10.320. Dicho universo es la cantidad total de turistas que llegan anualmente a nuestra competencia directa, lo cual fue tomado como el mercado universo (N).

P: La probabilidad de aceptación y **Q:** probabilidad de fracaso, se las consideró ambas en un 50% en vista de que se trata de un proyecto nuevo.

E: El número estimado para el margen de error es del 6%, valor considerado como normal dentro de las estimaciones de muestra de cualquier proyecto.

Z: El nivel de confianza considerado fue de 95% para que la probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad. (En la distribución estándar normal toma el valor de 1,96).

3.8.3 Análisis de resultados obtenidos del proceso de encuestas

Los resultados obtenidos de las encuestas (265 personas encuestadas) nos ayudaron a definir mejor el segmento de mercado al que nos vamos a dirigir. Las tabulaciones muestran una tendencia importante para la decisión final sobre el segmento escogido, y pasar de un grupo objetivo tentativo a un segmento mucho más específico y potencial, con una visión más real. **Ver modelo de encuesta en Anexo E.**

Producto de las respuestas obtenidas en el proceso de encuestas se define el perfil del consumidor bajo las siguientes características:

- Hombres y mujeres solteros de 20 a 50 años.
- Residentes del centro y sur de la ciudad de Guayaquil.
- Ejecutivos con un ingreso mensual entre \$500 a \$1,000.
- Que se trasladan de 2 a 5 veces en el mes dentro de la costa.
- Que viajan en grupos de amigos.
- Que permanecen de 2 a 3 días fuera de la ciudad y se hospedan en hoteles.

Ver tabulaciones y gráficos en Anexos F.

3.8.4 Análisis de resultados obtenidos del proceso de entrevistas

En esta etapa del proceso de validación de mercado se realizó entrevistas a 30 personas de las características enmarcadas dentro del perfil del consumidor definido anteriormente, el proceso incluye tres fases. **Ver información de entrevistados en Anexo G.**

3.8.4.1 Fase 1 del proceso de entrevistas: Identificar la necesidad del segmento

Cuando viaja fuera de Guayaquil, qué factores son para usted los más importantes para tener una agradable estadía? Mencione al menos 2

Tabla 4: Factores de preferencia en hospedaje

factores de importancia	cantidad
tranquilidad	7
lugar de relax	8
lugar de recreación	3
alojamiento, reservación	9
otros	3
Total	30

Elaborado por: Los autores

En este cuadro mostramos las respuestas que más se repiten, y como se ve, los factores de mayor importancia entre los entrevistados están: llegar a un lugar donde tengan tranquilidad, donde puedan relajarse, haya lugares de recreación, y además contar con una reservación en un lugar para no tener inconvenientes de alojamiento al momento de su llegada.

Mencione 1 aspecto positivo y 1 negativo respecto al servicio de hospedaje que ha recibido cuando se traslada a otra ciudad

Tabla 5: Experiencias positivas y negativas respecto al servicio de hospedaje

	Características más votadas	cantidad
(+) 	buena atención	21
	buena comida	9
Total		30

	Características más votadas	cantidad
(-) 	Instalaciones	19
	Mala atención de empleados	11
Total		30

Elaborado por: Los autores

Esta pregunta nos ayudó a identificar hacia donde está orientada la atención del encuestado en términos de alojamiento, es decir, en el caso de los factores positivos, está lo que ellos más gustan de lo recibido, a lo que más valor le dan al momento de hospedarse, que en este caso es la buena atención, y también buena alimentación; por otro lado, en la respuesta negativa, señalan un factor que les parece malo y que es motivo de gran disgusto del lugar donde se han hospedado, en este caso, las instalaciones.

Donde suele hospedarse, por qué?

Tabla 6: Lugares de hospedaje preferidos

Factores	cantidad
buscar privacidad y tranquilidad	6
buscar comodidad	9
No tienen familiares fuera de la ciudad	15
Total	30

Elaborado por: Los autores

Como resultado de las tabulaciones las personas respondieron que suelen hospedarse en hoteles, y entre las razones de porqué deciden hacerlo están el buscar privacidad, comodidad y tranquilidad, además 5 de los encuestados se hospedan en hoteles porque no tienen familiares fuera de la ciudad.

Qué características necesitaría que tenga el lugar donde se va a alojar? Mencione 2

Tabla 7: Características del lugar de hospedaje

Servicios más solicitados	cantidad
Bar, restaurante y cafetería	10
Piscina	6
conexión a internet	6
garaje	6
discoteca	2
Total	30

Elaborado por: Los autores

Se pudo obtener de las entrevistas que la mayoría se sentiría más cómodos y satisfechos si el centro de alojamiento les brinda estos servicios, los cuales están dentro de las necesidades básicas para tener una estadía más placentera. Como se ve en la tabla de resultados, los encuestados desearían opciones de entretenimiento (bar, discoteca, piscina e internet), buena gastronomía (restaurantes y cafetería), además de que el hotel cuente con un garaje propio.

Qué tan importante es para usted disfrutar la biodiversidad y áreas verdes en su estadía fuera de la ciudad?

Tabla 8: Factores de importancia sobre la biodiversidad para los entrevistados

Factores de importancia	cantidad
ambiente para relajarse	10
aman las aves	2
aman los paisajes	12
les beneficia a la salud	6
Total	30

Elaborado por: Los autores

En este resultado de las tabulaciones se considera como muy importante el disfrutar la biodiversidad, como se ve en la tabla, son amantes de los paisajes, áreas verdes y de las aves, además que consideran que un ambiente como éste es beneficioso para su salud tanto física como mental.

3.8.4.2 Fase 2 del proceso de entrevistas: Presentación del prototipo de servicio a ofrecer a los clientes: toma de prueba de características y funcionalidades del servicio.

Hotel ubicado al centro sur de Durán, área de confort ubicado en plena zona comercial, con servicio de cómodas y amplias habitaciones simples, dobles, triples y suites con vista al Gran Río Guayas, disponibilidad de garaje, conexión inalámbrica a internet, piscina, bar restaurante, transporte Durán-Guayaquil, Guayaquil- Durán y con un servicio turístico incluido que consiste en brindar a los huéspedes un paseo a la isla Santay, zona ecológica con una amplia biodiversidad ubicada a 10 minutos del hotel.

Figura 1: Prototipo del Hotel



Elaborado por: Los autores

Le presentamos un prototipo de hotel con las características sugeridas por usted en la entrevista anterior. Cumple esta propuesta con sus necesidades y expectativas?

Tabla 9: Factores que más les gustó de la propuesta

Lo que les gustó del prototipo	cantidad
les gusta por el paseo a una zona ecológica	10
les gusta por las instalaciones	20
Total	30

***Elaborado por: Los
autores***

Todos los entrevistados gustaron de la propuesta que se les presentó, obviamente se incluyeron las características y necesidades que las personas encuestadas señalaron en la fase anterior, resultando como denominador común el agrado por lo completo de las instalaciones y por el paseo a la zona ecológica.

Qué características considera que deben tener estos servicios para que sean de su entero agrado al momento de hospedarse?

Tabla 10: Características del hotel sugeridas por los entrevistados

características sugeridas para el servicio a ofrecer	aspectos
respecto a las instalaciones	buena señal de internet
	tv cable
	camas grandes y limpias
	piscina en buen estado
	variedad de bebida en el bar
	comida típica
	parqueadero seguro
respecto al paseo a la isla	paseo en lancha
	2 guías turísticos
	vestimenta especial

Elaborado por: Los autores

Entre las sugerencias que más se repiten están las mencionadas en los cuadros de arriba, como se ve, ya se ha dividido el servicio en 2 factores: servicio de instalaciones y paseo a la isla Santay.

Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio diario (que incluye el paseo a la isla Santay, el uso de las instalaciones más un coffee break)? Entre \$50 a \$60; entre \$60 a \$70; entre \$70 a \$80

Tabla 11: Propuesta de precios

rango de precios a pagar	cantidad
de \$50 a \$60	11
de \$60 a \$70	9
de \$70 a \$80	10
Total	30

Elaborado por: Los autores

De los 30 entrevistados existen valores muy simétricos entre las respuestas, con una ligera preferencia por el precio que está entre \$ a50 \$60 por el día en el hotel.

Por qué otro servicio estaría usted dispuesto a pagar más?

Tabla 12: Servicios adicionales por los que pagarían más

Por qué pagaría más	cantidad
masajes y spa	14
bar con karaoke	11
otros	5
Total	30

Elaborado por: Los autores

Entre las sugerencias que más se repiten están estas 2 propuestas: servicio de masajes y un bar con karaoke.

3.8.4.3 Fase 3 del proceso de entrevistas: Confirmación de precio y distribución

Dónde le gustaría encontrar la publicidad referente al hotel?

Tabla 13: Sitios recomendados para encontrar información referente al hotel

publicidad en	cantidad
tv	8
internet	10
periódicos y revistas	7
agencias de viaje	5
Total	30

Elaborado por: Los autores

Aquí encontramos la preferencia de los entrevistados quienes han mencionados los medios tradicionales, sin embargo, hubo quien nos hizo una sugerencia interesante, como contar con una pequeña isla en un centro comercial que brinde información y ventas del servicio del hotel.

**El costo de hospedaje (incluido el servicio turístico y el uso de todas las instalaciones en el hotel) tendrá un precio de \$50. Lo pagaría
Porqué?**

El 100% de los entrevistados aprobaron el precio, y entre sus razones están:

Precio bajo en comparación con otros hoteles que no brindan todos los servicios.

Precio accesible.

Precio acorde al servicio y paseo a la isla.

Ver transcripción de entrevistas en Anexo H

CAPÍTULO IV

4. PLAN DE MARKETING

4.1 Misión

Brindar un servicio diferenciado y de calidad a nuestros clientes, ofreciéndoles a los visitantes un ambiente cómodo con todas las atenciones para tener una estadía placentera; trabajando con profesionales con verdadera vocación al servicio para que nuestros huéspedes se sientan como en casa.

4.2 Visión

Llegar a ser el mejor centro de hospedaje de la ciudad de Durán con un alto reconocimiento lo cual nos permita llegar a formar una prestigiosa cadena de hoteles a nivel nacional en los próximos 5 años.

4.3 Objetivo General

Posicionarnos como la mejor opción para el turista que busca comodidad y buena atención de manera que podamos llenar sus expectativas y ganarnos su reconocimiento.

4.4 Objetivos Específicos

- Posicionarnos en el sector Hotelero en un periodo de 3 años.
- Dar a conocer todos los servicios y comodidades que posee el hotel a través de un buen plan de marketing en el primer año.
- Realizar capacitaciones trimestrales a nuestro personal para ofrecer un servicio personalizado a los huéspedes.
- Desarrollar una buena imagen del hotel para crear una marca consolidada dentro del sector hotelero y lograr vender la franquicia a partir del tercer año de la ejecución del proyecto.
- Establecer promociones constantes de paquetes turísticos en alianzas con las agencias de viajes.

4.5 Valores Institucionales

Honestidad.- Actuar siempre con base en la verdad y en la auténtica justicia (dando a cada uno de nuestro personal lo que le corresponde, incluida la empresa).

Puntualidad.- Necesaria para dotar a nuestro personal de carácter, orden y eficacia, pues al vivir este valor en plenitud estamos en condiciones de realizar más actividades, desempeñar mejor nuestro trabajo, ser merecedores de confianza.

Responsabilidad.- De ella depende la estabilidad de nuestras relaciones. Este es uno de los valores más importantes ya que es el cumplimiento del deber con justicia.

Comunicación.- Entender y hacerse comprender, porque facilita la convivencia y la armonía en todo lugar, ayuda a que haya un ambiente de cordialidad, buscando el enriquecimiento personal y de ambas partes.

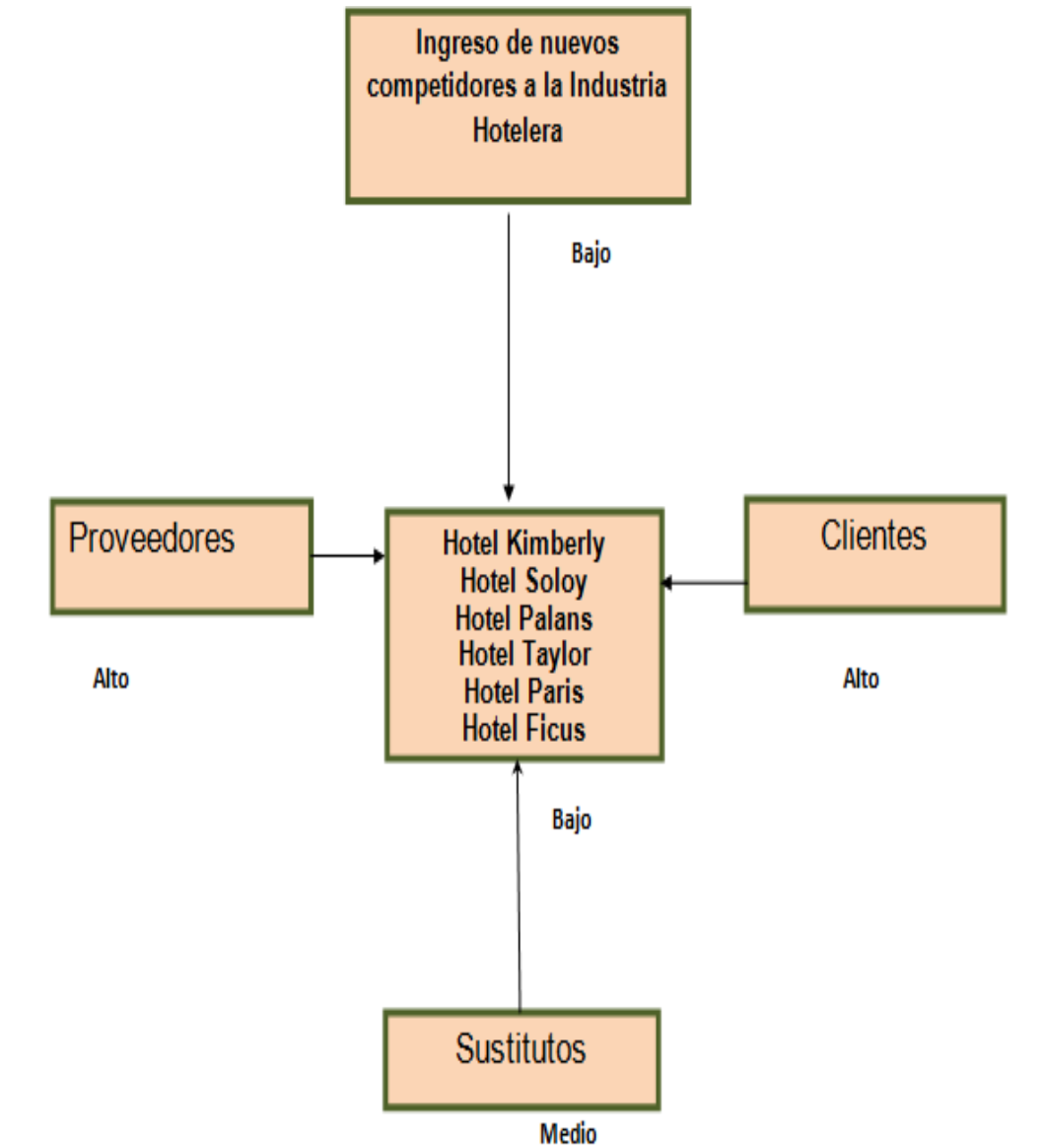
Servicio.- Adoptar una actitud permanente de colaboración hacia los demás. Las personas que son serviciales están continuamente atentas, observando y buscando la oportunidad para ayudar a alguien.

Respeto.- Forma de reconocimiento, de aprecio y de valoración de las cualidades de los demás.

Lealtad.- Una obligación que se tiene al haber obtenido algo provechoso, compromiso a defender lo que creemos y en quien creemos. Cuando la empresa nos ha dado algo bueno, le debemos mucho más que agradecimiento.

4.6 Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Figura 2. Esquema de las cinco fuerzas de Porter



Elaborado por: Los autores

El análisis de las cinco fuerzas de Porter permite determinar las posibilidades de entrada en la industria hotelera, se puede observar en la figura que el nivel de ingreso de otros competidores en la industria es bajo, esto hace que la industria sea atractiva y se halle una oportunidad para cubrir la poca oferta hotelera existente en el mercado local. Por otro lado la demanda hotelera en este sector está creciendo lo cual indica un factor positivo para incursionar en este mercado. Para el abastecimiento e insumos de hotel y restaurante se establece que existe un alto nivel de proveedores pero relativamente las compras e insumos del hotel se realizarán en créditos económicos, mueblerías el colineal, el bosque y Supermaxi.

Además de esto se analizó que en la industria a nivel local existe un nivel medio de sustitutos, como lo son los hostales, apartamentos, casas de amigos y cualquier centro de hospedaje que presten el servicio de alojamiento.

4.7 Análisis del entorno

4.7.1 Político

Este es uno de los factores que más nos beneficia, ya que la Alcaldía de Durán brinda facilidades en cuanto a permisos y legalizaciones de terrenos a todos los proyectos de emprendimiento. Actualmente, se han reducido los precios en la compra de terrenos.

4.7.2 Económico-Social

Nuestro proyecto básicamente analiza este factor desde un punto positivo ya que la construcción de un nuevo hotel en la ciudad de Durán ayudará al mejoramiento de la infraestructura que Durán está tratando de posicionar como contribución a su buena imagen.

Con el lanzamiento de este proyecto impulsaremos el desarrollo del Cantón Durán este a través de la generación de empleo. Se tiene como propósito que propios y extraños que conozcan y valoren más acerca del Cantón y sus atractivos en especial de la existencia de la riqueza en flora y fauna que tiene la isla Santay.

4.7.3 Ecológico

Este es uno de los aspectos más importantes, se trata de que las personas disfruten y se apasionen más por la naturaleza, conociendo el lugar turístico más atractivo que tiene Durán como lo es la Isla Santay.

4.8 Análisis de Impacto Ambiental

4.8.1 Fase Construcción

Tabla 14: Análisis de impacto ambiental-Fase construcción

Componente	Fase Construcción	Acción	Efecto	Calificación
Medio Físico	Suelo	Acopio de cañerías y colocación Costrucción de alcantarillas Desmante Acopio de materiales de relleno y excavaciones	Aporte de sólidos a cuerpos de agua y generación de material particulado	Medio
	Ruido	Generación de electricidad-grupos eléctricos Movimiento de tierra , y construcción de estaciones de bombeo	El uso del eléctrico implicará un aumento en las emisiones acústicas La ejecución de la obra modificará temporalmente la condición actual del ruido	Medio
	Calidad del Aire	Circulación de vehículos, movimientos de tierra Generación de electricidad-grupos eléctricos	El tránsito de los vehículos es en bajo flujo, los movimientos de tierra generarán un aumento temporal de las emisiones atmosféricas Generación controlada de contaminantes al aire	Bajo
Medio Biótico	Flora /Fauna	Despeje de áreas, excavaciones , movimientos de tierra	Disminución de cobertura vegetal El despeje de áreas no modificará las condiciones actuales de las especies que habitan en el lugar	Medio
Medio Socioeconómico	Factores Sociales	Contratación de mano de obra local Alteración en los sistemas de vida tradicional	Genera puestos de trabajo estables Afectación por las emisiones de ruido, puesto que alrededor se encuentran algunas fábricas y una ciudadela	Bajo

Elaborado por: Los autores

4.8.2 Fase Operación

Tabla 15: Análisis de impacto ambiental-Fase construcción

Medio	Componente	Acción	Efecto	Calificación
Medio Físico	Suelo	Desarrollo de actividades agrícolas	El desarrollo de estas actividades mejorará las condiciones actuales del suelo	Positivo
	Ruido	Llegada , transporte de huéspedes y abastecimiento de insumos del hotel Bar- Karaoke Gimnasio Restaurante Limpieza y mantenimiento del hotel Spa Peluquería	Aumento permanente en los niveles acústicos, debido al uso permanente de máquinas y/o vehículos	Directo
	Calidad del Aire	Llegada , tranporte de huéspedes y abastecimiento de insumos del hotel	Involucra un aumento permanente de emisiones en el aire	Medio
	Luminosidad	Iluminación nocturna de las instalaciones del hotel	La iluminación involucra el aumento de este elemento en el ambiente	Alto
Medio Biótico	Flora	Plantación de áreas verdes	Con el desarrollo de áreas verdes aumentará la cobertura vegetal de la zona	Positivo
Medio Socioeconómico	Factores Sociales	Contratación de mano de obra local Alteración en los sistemas de vida tradicional	Con la contratación de mano de obra local , generará puestos de trabajo para la población de Durán	Positivo
Medio Escénico	Paisaje	Presencia de plantaciones	Parte del área verde que dispondrá el hotel en sus alrededores	Positivo

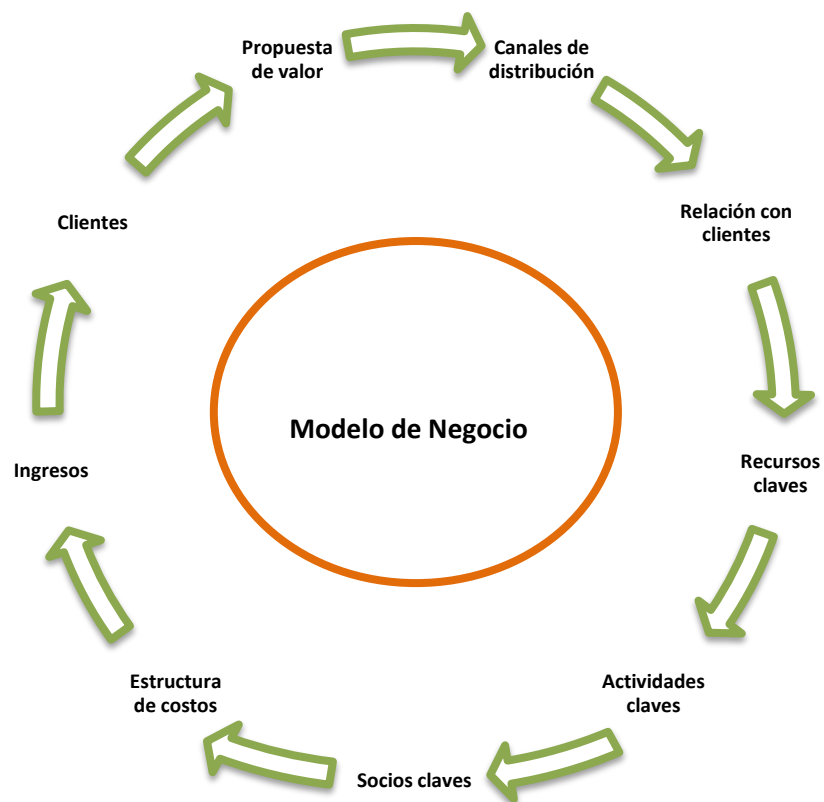
Elaborado por: Los autores

El análisis de impacto ambiental muestra los componentes y sus efectos en el medio ambiente durante la fase de construcción y la fase de operación del proyecto, en cada uno de los cuadros se analiza los posibles daños o causas que podrían afectar de forma positiva o negativa al medio físico, socioeconómico, escénico y biótico.

Conscientes de la necesidad de conservar y de no afectar mayormente el entorno de esta zona de Durán la fase de construcción del proyecto tendrá una duración de 1 año.

4.8.3 Modelo de negocio Canvas

Figura 3: Bloques del modelo de negocio



Fuente: wikipedia/modelo de negocio Canvas

- **Clientes.**- Turistas nacionales, ejecutivos, y turistas extranjeros.
- **Propuesta de Valor.**- Ofrecer un servicio de alojamiento fuera de lo tradicional y ciudadano, dentro del segmento de turistas nacionales y extranjeros se define a ofrecer el servicio de ecoturismo a la isla Santay, en el caso del segmento de ejecutivos se propone un servicio de comodidad y conexión wifi las 24 horas.
- **Canales de distribución.**-Página web propia y creación de páginas de redes sociales en facebook y twitter. (hotelbrisasdesantay.com-info@hotelbrisasdesantay.com).
- **Relación con clientes.**- El contacto directo que se establece con el cliente exige ofrecer un servicio de calidad partiendo de una buena atención y trato amable al consumidor, bajo el concepto de esta política se logrará fidelizar al cliente y se asegurará su pronto regreso.
- **Recursos claves.** El recurso clave es la infraestructura y todas las comodidades que promete el hotel Brisas de Santay, además de su localización puesto que se encuentra cerca de la zona comercial con vías de fácil acceso Guayaquil-Durán.
- **Actividades claves.**- La actividad clave para cada una de las propuestas de valor para nuestros segmentos se basa en la necesidad de la calidad del servicio que debe darse a cada cliente hacer que cada uno de ellos se sienta bien puesto que el cliente llega a hospedarse por una necesidad de descanso, de recreación, de dispersión, en el caso de un viaje de placer o vacaciones, o bien por la necesidad de alojarse en otro lugar diferente a su hogar por algún motivo laboral , por esto debe prevalecer la calidad de servicio en todo momento.

- **Socios Claves.-** Para manejar este modelo de negocio, es necesario tener una red de aliados que permita una óptima externalización es así que hemos considerado realizar alianzas con hoteles de cuatro estrellas y agencias de viajes para que ellos recomienden nuestro hotel.
- **Estructura de costos.-** Dentro de esta característica se puede definir que es reducida y principalmente variable por lo que no se requiere de alto volumen de habitaciones para poder acceder a un nivel bueno de rentabilidad.
- **Ingresos.-** La estructura de costes y el modelo, permite posicionar el hotel con un nivel de precios accesibles al consumidor lo cual aseguran una buena ocupación. A más del ingreso por ventas de habitaciones tendremos ingresos por arrendamiento de los locales de bar-karaoke, peluquería & spa , gimnasio , salón de ejecutivos y salón múltiple.

4.8.4 Análisis FODA

Tabla 16: FODA

Fortalezas	Oportunidades
<p>1.- Hotel Brisas de Santay es el único hotel de Durán que brinda un servicio de paseo a una zona ecológica incluida en el precio de hospedaje.</p> <p>2.- El hotel se encuentra cerca de la zona comercial de Durán.</p> <p>3.- El hotel queda ubicado en un lugar privilegiado cerca de la zona ecológica, por tanto, está en un sector libre de contaminación.</p> <p>4.- Facilidades y servicios en un solo lugar como piscina, zona Wifi, garaje propio, bar karaoke, entre otros.</p>	<p>1.- Las vías de acceso entre Guayaquil y Durán han sido ampliadas, lo cual contribuirá a que incremente el número de visitantes a esta ciudad.</p> <p>2.- El costo de transportarse de Guayaquil a Durán es bajo.</p> <p>3.- Alto interés de la gente por la biodiversidad.</p> <p>4.- Muchas empresas que operaban en Guayaquil se están trasladando a Durán.</p>
Debilidades	Amenazas
<p>1.- Es un hotel nuevo. La gente no nos conoce.</p> <p>2.- Las personas tienden a elegir un hotel en base al prestigio, y nuestro hotel, en vista de ser nuevo, no cuenta con una imagen ganada dentro del sector hotelero.</p>	<p>1.- Creciente interés de la competencia directa para ofrecer un servicio de ecoturismo en los hoteles.</p> <p>2.- Construcción de nuevos hoteles en el futuro.</p>

Elaborado por: Los autores

Tabla 17: Estrategias

<p>Fortalezas – Oportunidades</p> <p>1.- Aprovechar el alto interés de las personas que gustan por la biodiversidad para darles a conocer el atractivo turístico como es la isla Santay a través del paseo que está incluido en nuestro servicio de hospedaje. (F1 – O3)</p> <p>2.- Aprovechar la llegada de ejecutivos a Durán gracias al traslado de las empresas de Guayaquil a Durán para ofrecerles los servicios de nuestro hotel. (F4 – O4)</p>	<p>Fortalezas – Amenazas</p> <p>1.- Explotar la buena ubicación del hotel y servicios que brinda el hotel para ganar una reputación en el mercado y poder contrarrestar la llegada de nuestros competidores que quieran adoptar el mismo concepto de nuestra empresa.(F4 – A1)</p>
<p>Oportunidades – Debilidades</p> <p>Aprovechar el alto interés que tiene la gente por la biodiversidad para que elijan visitar nuestro hotel y puedan disfrutar del paseo a la isla Santay. (O4 – D1)</p>	<p>Debilidades – Amenazas</p> <p>Tratar de ganarnos una buena imagen a corto plazo para tener una ventaja en relación a los nuevos entrantes. (D1 – A1)</p>

Elaborado por: Los autores

4.9 Marketing mix

4.9.1 Producto

Nuestra oferta de servicios es brindar calidad en el servicio de hospedaje, y así diferenciarnos de la competencia, y esto se logrará en base a nuestras instalaciones físicas, personal capacitado con vocación al servicio. Brisas de Santay también ofrecerá confort, buen gusto, descanso, relajación, contacto con la naturaleza.

En cuanto a las instalaciones del hotel están:

- 22 habitaciones simples, 20 habitaciones dobles, 12 habitaciones triples, 3 suites simples y 3 suites dobles.

4.9.1.1 Slogan

“Comodidad y clase”

4.9.1.2 Logotipos

4.9.1.2.1 Logotipo del hotel Brisas de Santay

Figura 4: Logotipo del hotel Brisas de Santay



Elaborado por: Los autores

4.9.1.2.2 Logotipo del restaurante del hotel Brisas de Santay

Figura 5: Logotipo del restaurante hotel Brisas de Santay



Elaborado por: Los autores

4.9.1.3 Inventario de habitaciones

Tabla 18: Inventario de habitaciones

Cantidad	Habitación	Detalle
22	Simples	Una cama de 2 ½ plazas, tv de 21 pulgadas, tv cable, armario, un mueble, cómoda con espejo , aire acondicionado, caja fuerte, Wifi, Tv cable, mini nevera, baño equipado
20	Dobles	Dos camas de 2 plazas, tv de 21 pulgadas, tv cable, armario, dos muebles, cómoda con espejo , aire acondicionado, caja fuerte, Wifi, Tv cable, mini nevera ,baño equipado
12	Triples	Tres camas de 2 plazas, tv de 21 pulgadas, tv cable, armario, dos muebles, cómoda con espejo , aire acondicionado, caja fuerte, Wifi, Tv cable, mini nevera, baño equipado
3	Suites simples	Una cama de 2 ½ plazas, tv de 21 pulgadas, tv cable, armario, mini sala equipada, cómoda con espejo , aire acondicionado, caja fuerte, Wifi, Tv cable, mini nevera baño equipado con jacuzzi
3	Suites dobles	Dos cama de 2 ½ plazas, tv de 21 pulgadas, tv cable, armario, mini sala equipada, cómoda con espejo , aire acondicionado, caja fuerte, Wifi, Tv cable, mini nevera, baño equipado con jacuzzi

Elaborado por: Los autores

- Adicional contamos con un garaje propio y piscina, el hotel tiene zona Wifi.
- El hotel contará además con un bar karaoke donde habrá una gran variedad de vinos y cocteles, un restaurante, spa & peluquería y gimnasio.
- En cuanto al servicio adicional está:
El paseo en lancha a la isla Santay con vestimenta apropiada y guía de 1 persona conocedora del lugar.

4.9.2 Precio

La estrategia de fijación de precio está sujeta a múltiples variables:

- Establecer un precio en relación a las tarifas que tiene la competencia directa, en este caso, los hoteles de Durán.
- Considerar el precio referencial de nuestro segmento obtenido de las entrevistas.
- Los precios estarán relacionados con costos fijos y variables del proceso operativo.

4.9.3 Plaza

Para distribuir nuestro servicio, se contará principalmente con las agencias de viajes nacionales, para darnos a conocer como lugar turístico, esta será una de nuestras principales herramientas para llegar a nuestros consumidores meta.

También se consideró la posibilidad de participar de las actividades de promoción turística organizadas a nivel nacional, como ferias, exposiciones, conferencias entre otros eventos.

Adicionalmente se publicará una página de Internet del hotel, en la cual se describa los servicios que ofrecemos como el paseo a la isla Santay, y se brindará las facilidades necesarias para poder realizar las reservaciones por esta vía, cotizando precios del paquete turístico y las actividades y servicios que incluye cada uno.

4.9.4 Publicidad

Dar a conocer nuestro servicio a través de:

- Publicidad en televisión y radio.
- Publicidad no pagada (reportajes en tv y revistas especializadas).
- Portal web del hotel y página web oficial de la isla Santay.
- Distribución de volantes en los peajes en la vía Durán Tambo.

4.9.4.1 Modelo flyer

Figura 6: Flyer para publicidad del hotel



Elaborado por: Los autores

4.9.4.2 Modelo de tarjeta de presentación del hotel

Figura 7: Tarjeta de presentación de Brisas del hotel (imagen frontal)



Figura 8: Tarjeta de presentación de Brisas del hotel (imagen posterior)



Imágenes elaboradas por: Los autores

4.10 Plan de acción

Tabla 19: Plan de acción de estrategias

Estrategia	Ejecución	Período de aplicación	Responsable	Costo (\$)
Dar a conocer nuestro servicio	Realización de publicidad en tv, radio, sitios web, revistas	Tarea se llevará a cabo mensualmente	Coordinador de Marketing y Ventas	9,000
Posicionamiento en el mercado	Negociación de convenios y alianzas con hoteles de reconocidas cadenas hoteleras locales y extranjeras	Tarea prevista a realizarse semestralmente a partir de junio del 2013	Coordinador de Marketing y Ventas	6,800

Elaborado por: Los autores

CAPÍTULO V

ESTUDIO TÉCNICO

5.1 Ubicación del hotel

El hotel Brisas de Santay se encuentra ubicado en el Cantón Durán, en la parroquia Eloy Alfaro Durán. Km 5 Vía Durán- Tambo, Av. Los Rios. Referencia: Entrada Principal: Gasolinera Primax.

5.1.1 Macrolocalización

Figura 9: Macrolocalización del hotel Brisas de Santay



Fuente: Google map

5.1.2 Microlocalización

Figura 10: Microlocalización del hotel Brisas de Santay



Fuente: Municipio de Durán

5.2 Tamaño de la planta

El terreno está compuesto por 2 lotes de 10,000 metros cuadrados cada uno. La edificación tiene un área total de 13,275.30 metros cuadrados y una elevación de 20 metros.

5.3 Distribución física

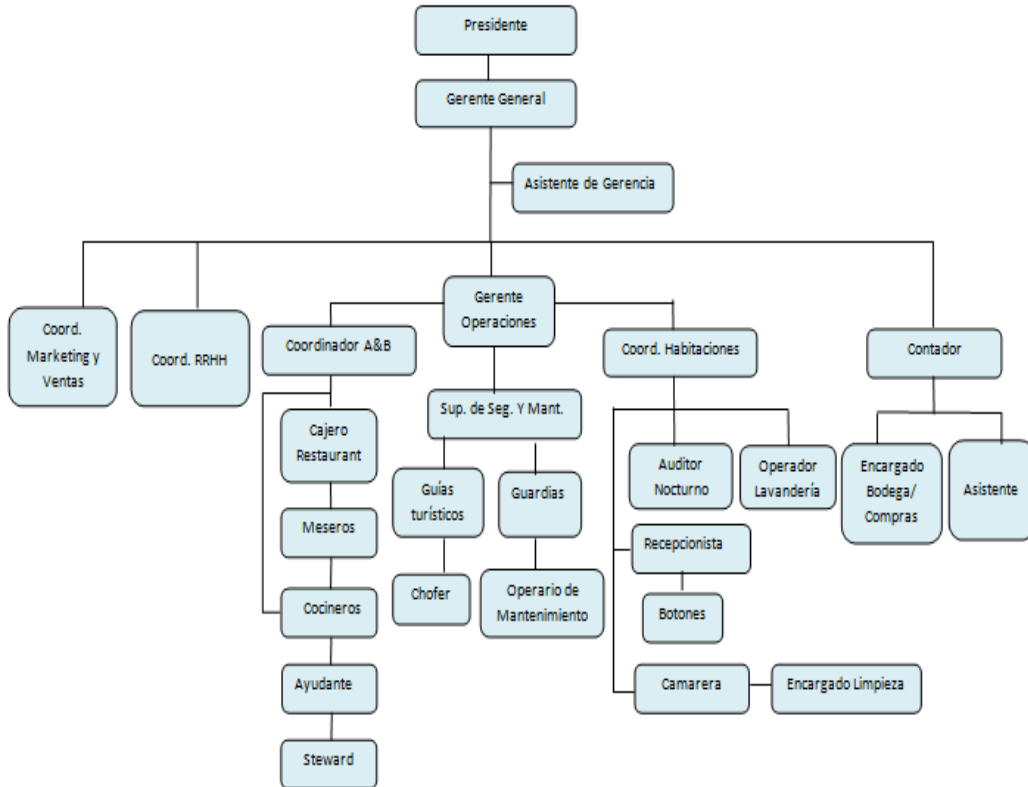
Tabla 20: Detalle de áreas

Tipo de habitaciones	Área
Habitaciones simples	15,82 m ²
Habitaciones dobles	33,99 m ²
Habitaciones triples	37,15 m ²
Suites simples	41,84 m ²
Suites dobles	41,84 m ²
Bar- Karaoke	130,57 m ²
Peluquería & Spa	183,2m2
Gimnasio	285,84 m ²
Estacionamiento	770,00 m ²
Salón Múltiple	1.142,08m ²
Salón de ejecutivos	350 m ²
Restaurante	41,84 m ²
Zona administrativa	74,10 m ²
Ingreso, recepción, sala de estar	614,32 m ²

Elaborado por: Los autores

5.4 Estructura Organizacional

Figura 11: Organigrama de la empresa GRUPO SANTAY S.A.



Elaborado por: Los autores

5.5 Funciones del Personal del hotel

Gerente general.- El gerente general es el encargado de controlar y dirigir correctamente todo el hotel, recibe de sus colaboradores, los coordinadores departamentales, en una reunión mensual, los informes de los que el sacará lo más relevante y se lo dará al presidente.

Recibe a los huéspedes VIP del hotel, es el representante legal de la empresa y representa al hotel en las diferentes invitaciones de las instituciones del Cantón Durán.

En caso de que se presente algún problema grave que los coordinadores departamentales no han podido resolver, el gerente es el encargado de resolverlo, también de hacer cumplir las políticas y estándares de la empresa. Supervisa directamente a los coordinadores de ventas, recursos humanos, gerente de operaciones y al contador.

El gerente general es el único autorizado para emitir documentos financieros, revisados previamente por el departamento financiero del hotel.

Asistente de gerencia.- El asistente de gerencia es una ayuda muy importante del gerente general, es la persona que recibe sus llamadas, controla su agenda, es secretaria de las reuniones de coordinadores, se encarga de la documentación recibida y que es archivada. También asiste al coordinador de RRHH en las diferentes capacitaciones que se realicen en el hotel.

Coordinador de Recursos Humanos.- El coordinador de Recursos Humanos es un colaborador muy importante en el hotel, busca, recluta, contrata y capacita al nuevo personal del hotel; realiza un plan de capacitación del personal por áreas; está pendiente de las necesidades del personal, lidia con los problemas de los mismos, realiza los roles de

pago, conoce los reglamentos y ley de trabajo, crea el reglamento interno, entre otras cosas.

Gerente de operaciones.- Es el responsable del área operativa del hotel, es el responsable del cumplimiento de todas las políticas y estándares de su área, supervisa al coordinador de habitaciones y junto con él analiza a los proveedores de ropa blanca para el hotel, y amenities.

También realiza informes mensuales los mismos que son presentados al gerente general, revisa y modifica las tarifas de las habitaciones, controla que la base de datos del centro de cómputos esté actualizada, asegura la exactitud en la preparación de los informes: forecast, ocupación, etc. dando especial atención a las tendencias del mercado para prevenir sobreventa y aprovechar la demanda. Inspecciona la facturación de las cuentas de los huéspedes, mantiene actualizada la capacitación del empleado. Dirige las funciones relacionadas con el coordinador de A & B, el proceso de producción del restaurant y banquetes: elegir la materia prima, buscar el proveedor, cuidar del proceso de elaboración, regular la frecuencia de compra de materia prima, existencia y disponibilidad de los alimentos cuando sean solicitados.

También dirige al supervisor de seguridad y mantenimiento en el buen cumplimiento de sus funciones de resguardar la seguridad del hotel.

Coordinador de habitaciones- Ama de llaves.- Es el responsable del área de habitaciones, controla y dirige al personal como: camareras, recepcionista, botones, auditor nocturno, operario de lavandería y limpieza, realizando los horarios de los mismos. Apoya al personal en resolver problemas, coordina las reservaciones, supervisa la limpieza de las habitaciones y el trabajo disciplinado de las camareras, revisa los reportes, supervisa que se cumplan con los estándares y políticas de la empresa y redacta informes semanales para el gerente de operaciones sobre su área de trabajo. Es la encargada de delegar diferentes funciones

a las camareras con respecto al buen manejo de limpieza, cuidado de las habitaciones y en cuanto al servicio que se les debe dar a los huéspedes. Es quien posee las llaves de todas las habitaciones.

Auditor nocturno / Recepcionista.- Es el encargado de la facturación de las habitaciones del hotel, del ingreso de vales de consumo de restaurante y de los huéspedes, también de lavandería y demás del hotel. Es una de las personas más importantes del hotel, ya que es la que tiene contacto directo con el huésped. Es quien da la bienvenida, vende y asigna habitaciones, da información turística, y del hotel, registra al huésped, revisa los diferentes reportes de su área, ingresa los datos al sistema, lleva el control de llaves de habitaciones, realiza el check out y reporta a las camareras para la verificación de la habitación, entre otras tareas. Es el encargado de dar información de los servicios del hotel a quienes se comunican vía teléfono o web, realiza reservas e ingresa al sistema los datos, y se asegura que todas las solicitudes de reserva sean contestadas ese mismo día. Realiza el cuadro de turnos del día de las diferentes entradas del hotel como habitaciones, banquetes, restaurante. Remplaza al recepcionista en la noche.

Camareras.- Es la encargada de la limpieza de las habitaciones y baños, realiza la cobertura de las mismas, emite reportes que le permiten al jefe de habitaciones ingresar al sistema, como los son el de estado de habitaciones, discrepancias, mantenimiento, entre otros. Verifica la habitación en el momento del Check Out, y realiza servicio de compra y mensajería si el huésped lo requiere.

Operarias de lavandería.- Es la persona encargada del lavado y secado de toda la ropa enviada por el huésped, la ropa blanca del hotel, mantelería, y uniformes del personal. Debe tener mucho cuidado con el uso de detergentes, blanqueadores, entre otros. Es la persona encargada del planchado, doblado, costura de la mantelería, ropa enviada por el

huésped, ropa blanca del hotel, y uniformes del personal; realiza el inventario de la existencia de los mismos en el hotel. Da de baja la mantelería y ropa blanca que no sirva o si es posible la vuelve lites de cocina. También despacha la mantelería necesaria para eventos, de acuerdo con el instructivo, y los uniformes del personal.

Encargado de aseo y mantenimiento de áreas.- Son el apoyo importante con respecto al aseo de las áreas como habitaciones, A y B del hotel, y exteriores del mismo como ventanales, piscina, patios, pasillos, oficinas, salones, etc.

Cocinero.- Persona que desarrolla tareas que ayudan en la elaboración de los platos, pero que no es totalmente responsable del sabor final de éstos.

Ayudante de Cocina.- Se encarga de la supervisión del cocinero de área, cumple el trabajo que el cocinero disponga según sus necesidades.

Steward o Lavaplatos.- Es el encargado del lavado y secado de vajilla, cubertería, sartenes y ollas del área de cocina; también, al final de su turno, del aseo de la misma.

Supervisor de A & B- Chef.- Es la persona que recibe a los clientes que deseen información sobre los eventos que se realizan en el hotel: les muestra la mantelería, los salones, y los servicios que incluyen en los diferentes paquetes. Realiza cotizaciones, instructivos y concreta con el cliente la forma de pago y el contrato del respectivo evento; actualiza la base de datos de las cuentas del hotel en conjunto con el relacionador público. Es la persona encargada de supervisar y controlar los diferentes eventos del hotel ya sea en restaurante o salones; también realiza festivales gastronómicos dependiendo la ocasión y las fechas festivas de

la región. Se encarga de conseguir los proveedores, decoración, música, audio, protocolo; dirige y controla a los meseros eventuales, y los capacita dependiendo del evento. Controla el inicio y final del evento y responde por él. Elabora menús, supervisa el correcto uso de los artefactos y utensilios de la cocina, y prepara los platos especiales del menú y del área VIP del restaurante. Es el responsable del sabor de los platos que se preparan en cocina, elabora las recetas estándar y establece precios junto con el coordinador de A & B. Realiza la lista de compras, organiza al personal a su cargo para los diferentes banquetes, dirige y controla a los cocineros de área, ayudantes y Steward, y es el encargado del servicio de los desayunos a los huéspedes, también está encargada del personal del área de cocina, restaurante y eventos. Realiza los horarios de los mismos, prepara las reuniones semanales para el informe de novedades, organiza a su personal para los diferentes eventos en el salón del hotel. Establece precios, apoya al bodeguero para el control de inventarios, controla los costos, y apoya al personal en resolver problemas.

Cajero de restaurante.- Es el encargado de la facturación y cobro del área que le corresponde; el cajero de restaurante envía los vales de consumo a recepción para el ingreso en el sistema del mismo.

Mesero.- Es la persona encargada de la atención de los clientes de restaurante, y de ayudarlos en todo lo posible, se encarga de el aseo y limpieza del salón y baños, montaje de mesas, conocer platos a la carta y bebidas, tomar el pedido al cliente, realizar comandas, servir en la mesa el pedido del cliente, y despedir al cliente con amabilidad y cortesía.

Supervisor de seguridad y mantenimiento.- Es la persona encargada de controlar al personal de seguridad y mantenimiento, realizar sus horarios y recibir informes diarios de las novedades del hotel. Realiza los planes de emergencia del mismo es también el encargado del mantenimiento del hotel brindando un apoyo muy importante al área de

operaciones; es su responsabilidad el hacer los horarios de los guardias y controlar al encargado de mantenimiento.

Operario de mantenimiento.- Se encarga de la electricidad, plomería, albañilería, mantenimiento de artefactos del hotel, entre otras actividades como el cuidado de las áreas verdes o jardinería y el cuidado y limpieza de la piscina.

Guardias.- Se encargan de salvaguardar la seguridad del hotel y de los que ingresan al mismo, cumplen un papel muy importante al ser los que controlan el ingreso y salida del personal, ya que deben guardar fidelidad para con la empresa.

Coordinador de ventas.- Es la persona encargada de vender el hotel con un plan de marketing aprobado por el gerente general. Usa adecuadamente del presupuesto asignado por el departamento financiero para este plan, crea, publica y actualiza la página web del hotel; realiza visitas a todos los posibles clientes del hotel en Tena y diferentes ciudades del Ecuador, ofreciendo nuestros paquetes y servicios; resuelve problemas como representante publica del hotel.

Realiza paquetes turísticos en conjunto con los servicios que ofrece el hotel, crea promociones por fin de año, Navidad y otras festividades, hace lo posible por cumplir los pronósticos de ventas, realiza paquetes y excursiones para los huéspedes que soliciten este servicio en conjunto con el coordinador de ventas y el gerente de operaciones.

Guías turísticos.- Persona encargada del traslado de los huéspedes desde el hotel hasta la isla Santay, además de ser responsables de la seguridad de los mismos.

Chofer.- Básicamente se encarga de ir a recoger a los huéspedes al aeropuerto y trasladarlos hasta el hotel para su debido alojamiento.

Botones.- Se encarga de las maletas de los huéspedes que llegan al hotel, además de recibirlos cordialmente.

Contador.- Es el encargado del departamento financiero y será el responsable, junto con el gerente general, de los asuntos económicos del hotel; también es la persona que sugerirá al gerente general para inversiones adecuadas al hotel y sobre todo lo alertará acerca de gastos excesivos. Elabora registros contables, estados de cuenta, roles de pago; también es el responsable por su firma ante las autoridades en diferentes documentos contables, es el responsable del sistema contable de la empresa. Supervisa directamente el trabajo realizado en la noche por el auditor nocturno, quien realiza un informe diario para el departamento financiero.

Asistente Contable.- Está bajo la supervisión directa del contador, y debe ser un excelente auxiliar de las actividades del área contable, ya que actualiza los registros contables realizados diariamente. Mantiene en orden las cuentas del hotel y sobre todo al día, contabiliza los asientos diarios y extras, y está pendiente de las tributaciones e impuestos que se pagan al Estado y demás obligaciones.

Encargado de bodega y compras.- Es la persona encargada de las compras de conservas y perecibles de la cocina, y en conjunto con el gerente de operaciones y el jefe de habitaciones, se encarga de pedir cotizaciones de proveedores y escoger al más conveniente para el área de compras de mantelería, ropa blanca y amenities. Controla el proceso de almacenaje y distribución a las diferentes áreas del hotel, incluso de suministros de oficina. Es la persona encargada de abastecer a todo el hotel de materia prima no perecibles, chequea condiciones de entrega del producto, mantiene stocks, controla el inventario.

5.6 Perfil del personal

5.6.1 Aptitudes Intelectuales

- ✓ Nivel de estudios superiores, buen nivel de cultura general y con predisposición para ampliar cada vez más sus conocimientos, para poder atender satisfactoriamente al huésped y /o cliente.

- ✓ Buena memoria para retener nombres de clientes y nombres del menú en general.

- ✓ Facilidad, conocimientos y dominio del inglés un 70%, este aspecto es relativamente importante dentro de este campo.

- ✓ Elegancia y corrección del lenguaje.

- ✓ Usar a menudo el nombre del huésped y siempre usando un tono de voz de cortesía en todo momento.

- ✓ Evitar dar respuestas no adecuadas al cliente, ejemplo: “que” ”no sé”.

5.6.2 Aptitudes Profesionales

- ✓ Responsabilidad ante el trabajo.
- ✓ Ansia de superación y perfeccionamiento, para ofrecer cada día un excelente servicio, demostrando profesionalismo.
- ✓ Disciplina para atacar órdenes en el menor tiempo posible y de la mejor manera.
- ✓ Amplio sentido del orden y de la organización.
- ✓ Predisposición, amor y empeño a la profesión.
- ✓ Psicología para poder atender a cada cliente de acuerdo a su carácter y estado de ánimo.
- ✓ Amabilidad y simpatía para ayudar al cliente en sus decisiones.
- ✓ Tener experiencia mínima de un año en las diferentes áreas tanto administrativas como en las áreas de alimentos y bebidas, área de habitaciones, áreas de traslado en el caso de turistas y choferes con licencia profesional.
- ✓ Cumplimiento de las tareas asignadas a tiempo.
- ✓ Llegar puntual al trabajo.

5.7 Plan de reclutamiento, selección y capacitación

5.7.1 Reclutamiento

Para el debido reclutamiento de nuestro personal se publicará en el diario El Universo, las ofertas laborales con los requisitos que necesitaremos para cada área tanto administrativa como para el área de alimentos y bebidas, área de traslado y área de habitaciones. En la publicación se especificará los perfiles que necesitaremos para cada área de nuestro hotel. El responsable del reclutamiento será el coordinador de Recursos Humanos.

5.7.2 Selección

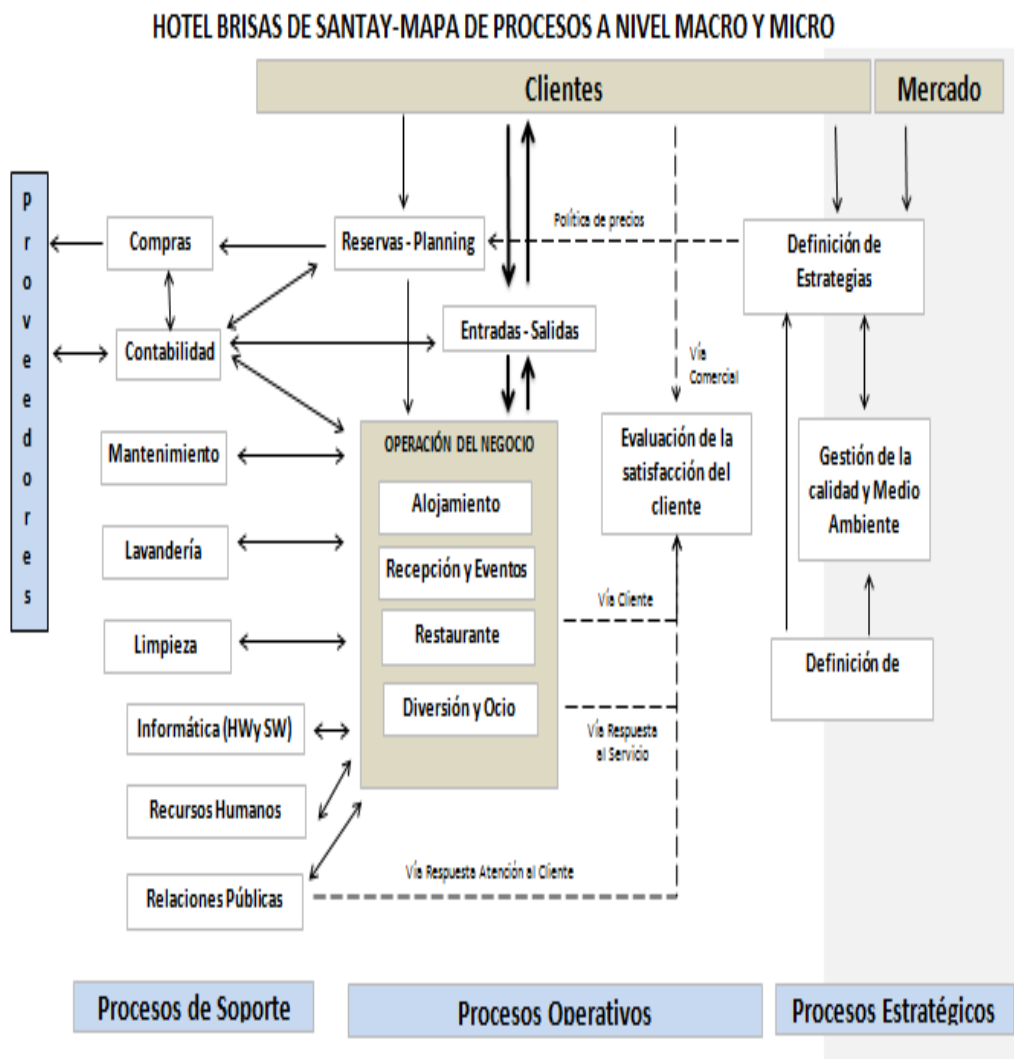
El proceso de selección se basará en el perfil requerido para cada una de las áreas, este proceso de selección pasará por tres etapas en la primera entrevista se conocerá y analizará el perfil de los posibles seleccionados, el segundo paso consistirá en llamar a las personas seleccionadas para una evaluación de actitud y conocimiento, y el tercer paso será determinar quiénes formarán parte de nuestro Hotel según el perfil requerido para cada área y según los resultados de dicha evaluación antes mencionada.

5.7.3 Capacitación

La capacitación se efectuará trimestralmente y de manera obligatoria para todo el personal que labore en el hotel, con el objetivo de mejorar a través del tiempo la atención brindada a nuestros huéspedes.

5.8 Procesos y macroprocesos del negocio

Figura 12: Mapa de procesos



Elaborado por: Los autores

La figura anterior muestra claramente los tres tipos de procesos que funcionan conjuntamente con la labor diaria del hotel. El Proceso Operativo muestra el trabajo principal del hotel donde se da la atención necesaria al huésped, misma que puede iniciarse con la reservación o el registro directo en el hotel, luego de eso, el proceso de alojamiento y

atención post check-in. A su vez, el hotel mantiene su buena imagen y logística interna a través del Proceso de Soporte donde el funciona el personal de mantenimiento, vigilancia, lavandería y Recursos Humanos; de igual manera, existe una planificación estratégica y proyecciones de ventas a través del grupo de mercadeo, lo cual llamamos Procesos Estratégicos.

5.9 Sistema Informático operativo

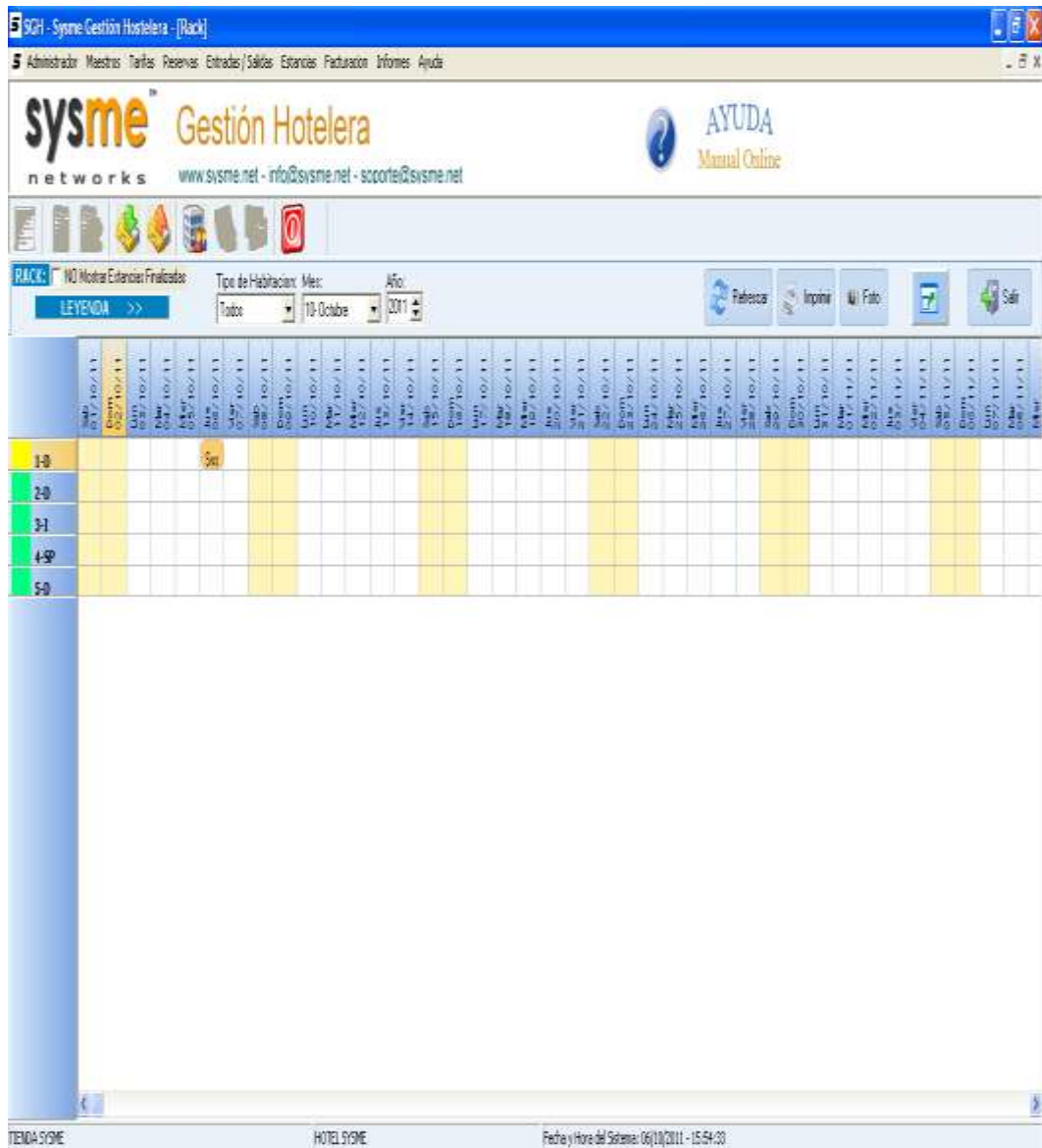
Se utilizará un software para la gestión de ocupación, reservas, clientes y facturación de empresas de alojamiento como hoteles, hostales, casas rurales y campings.

5.9.1 Propiedades destacadas

Planning grafico e interactivo de reservas y ocupación, gestión de entradas, salidas y facturación.

- ✚ Reservas, Check-In, Check- Out y facturación
- ✚ Facturación de múltiple estancias y a diferentes destinatarios(huéspedes, agencias)
- ✚ Gestión de tarifas por temporadas.
- ✚ Conexión directa con aplicaciones TPV Sysme (bar, shop, stetic) para la gestión del bar, restaurante.

Figura 13: Sistema operativo Sysme



Fuente: Sistema operativo del hotel Kimberley

CAPÍTULO VI
6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Plan de inversión del proyecto

Tabla 21: Plan de inversión del proyecto

Concepto	Valor Total (\$)
Capital de trabajo	5.000,00
Terrenos	300.000,00
Obra Civil	1.318.558,62
Gastos Pre operativos	15.937,92
Equipos y maquinaria	210.475,67
Muebles y Enseres	183.624,41
Equipos de Computación	6.750,00
Equipos de Oficina	1.027,00
Vehículos	46.000,00
Suministros de Cocina	9.782,48
Total Inversión Inicial	\$ 2.096.731,94

Elaborado por: Los autores

El desarrollo del proyecto demanda de una inversión inicial de \$2'096,791.94, valor que será destinado para la compra de activos fijos para la operación así como para gastos pre operativo. **Ver detalles en Anexos I**

6.2 Financiamiento del proyecto

Tabla 22: Cuadro de aportaciones a la inversión del proyecto

Origen de fondos	Aporte	% de aportación
Recursos Propios	1'243.309,27	30.20
IFI's	853.846,83	69.80

Elaborado por: Los autores

Los recursos propios están constituidos de la siguiente manera:

Terrenos	\$300,000.00
Vehículos	16,000.00
Caja bancos para capital de trabajo	5,000.00
30% del total de la nueva inversión	\$ 532,846.83

En cuanto al origen de los fondos para cubrir el 59.29% de la inversión, se realizará un préstamo a 10 años a la Corporación Financiera Nacional (CFN) con una tasa constante del 10.00% con períodos capitalizables semestralmente y con un período de gracia muerto de 2 años. **Ver detalles del costo financiero en Anexo J.**

6.2.1 Cronograma de desembolso

Tabla 23: Cuadro de desembolso del crédito

Fecha del desembolso	Valor a recibir (\$)	Destino
2-ene-2012	300,000.00	Gastos preoperativos, Gastos de obra civil
2-may-2012	300,000.00	Compra de maquinaria y equipos, activos fijos
3-ago-2012	321,654.63	Compra de activos fijos
4-dic-2012	321,654.64	Compra de activos fijos
Total a financiar (CFN)	\$ 1'243.309,27	

Elaborado por: Los autores

6.2.2 Amortización de la deuda

Tabla 24: Amortización de la deuda

BENEFICIARIO 0						
INSTIT. FINANCIERA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL						
MONTO USD 1.243.309						
TASA 10,00% T. EFECTIV 0						
PLAZO 10 años						
GRACIA 2 años						
FECHA DE INICIO 2-ene-12						
MONEDA DOLARES						
AMORTIZACION 180 días						
Número de período 16 para amortizar capital						
No.	YENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO	C. Financ anual
0		1.243.309				
1	30-jun-12	1.243.309	0	0	0	
2	27-dic-12	1.243.309	0	0	0	0
3	25-jun-13	1.243.309	0	0	0	
4	22-dic-13	1.243.309	0	0	0	0
5	20-jun-14	1.165.602	77.148	77.707	154.855	
6	17-dic-14	1.087.896	73.262	77.707	150.969	150.410
7	15-jun-15	1.010.189	69.377	77.707	147.084	
8	12-dic-15	932.482	65.492	77.707	143.199	134.869
9	9-jun-16	854.775	61.606	77.707	139.313	
10	6-dic-16	777.068	57.721	77.707	135.428	119.327
11	4-jun-17	699.361	53.836	77.707	131.543	
12	1-dic-17	621.655	49.950	77.707	127.657	103.786
13	30-may-18	543.948	46.065	77.707	123.772	
14	26-nov-18	466.241	42.180	77.707	119.886	88.245
15	25-may-19	388.534	38.294	77.707	116.001	
16	21-nov-19	310.827	34.409	77.707	112.116	72.703
17	19-may-20	233.120	30.524	77.707	108.230	
18	15-nov-20	155.414	26.638	77.707	104.345	57.162
19	14-may-21	77.707	22.753	77.707	100.460	
20	10-nov-21	0	18.868	77.707	96.574	41.621
			768.122,59	1.243.309	2.011.432	768.122,59

Como se ve en la tabla se realizarán 8 desembolsos de dividendos decrecientes a partir del año 2014. Cabe resaltar que se solicitó un período de gracia muerto donde no realizaremos pagos ni de capital ni del costo financiero en los dos primeros años, esto con motivo de que durante el año pre operativo no se generarán ventas. **Ver Anexo K**

6.3 Premisas para cálculos y estimaciones de ingresos y volumen de ventas

Se considera 2 temporadas: Alta y Baja

La temporada alta abarca 8 meses: Marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septiembre y octubre.

La temporada baja estará compuesta de 4 meses: Noviembre, diciembre, enero y febrero. **Ver más detalles en Anexo L**

Los precios establecidos por temporada son:

Tabla 25: Precio de habitaciones por temporada alta y baja

Producto	Precio en T/A	Precio en T/B	Ponderación
Habitaciones simples	55.00	44.00	32%
Habitaciones dobles	70.00	56.00	32%
Habitaciones triples	85.00	68.00	20%
Suites simples	100.00	80.00	8%
Suites dobles	112.00	89.60	8%

Elaborado por: Los autores

6.4 Estimación de la demanda

6.4.1 Cálculo de la demanda de alojamiento

Fórmulas aplicadas:

$$\text{Demanda T/A} = [(\# \text{ Hej} * \text{ DeHejBS}) * \text{Meses T/A}] + [((\text{He} * \text{ DeHeBS}) * \text{T/A}) + ((\text{Hx} * \text{ DeHxBS}) * \text{Meses T/A})]$$

$$\text{Demanda T/B} = [(\# \text{ Hej} * \text{ DeHejBS}) * \text{Meses T/B}] + [((\text{He} * \text{ DeHeBS}) * \text{Meses T/B}) + ((\text{Hx} * \text{ DeHxBS}) * \text{Meses T/B})]$$

Fórmulas elaboradas por: Los autores

Datos:

Tabla 26: Datos y cálculos de la demanda estimada de alojamiento

Ejecutivos que trabajan en Duran (Hej)	1,512
Demanda esperada de ejecutivos (DeHjBS)	45%
Meses de temporada alta (Meses T/A)	8
Meses de temporada baja (Meses T/B)	4
Población nacional (He)	6.089.428
Demanda esperada p. nacional (DeHeBS)	0,003%
Turistas extranjeros (Hx)	62.269
Demanda esperada t. extranjeros (DeHxBS)	0,002%

Elaborado por: Los autores

Supuestos de las estimaciones:

- La cantidad de 1,512 resulta de la obtención de una media aproximada de ejecutivos que trabajan en Durán. **Ver detalles de cálculos en Anexo M.**
- Se consideró un porcentaje de 45% del total de ejecutivos que trabajan en Durán como demanda esperada para este segmento. El porcentaje promedio de ejecutivos que recibe el hotel Kimberly es del 47.62%, de allí que tomamos un porcentaje muy similar. **Referencia en Anexo C.**
- Para estimar el porcentaje de demanda estimada con respecto a los turistas locales y extranjeros se tomaron estimaciones muy bajas. Cabe indicar que este criterio está fundamentado en la entrevista con 3 analistas de proyectos hoteleros, quienes recomendaron estimar porcentajes muy conservadores al momento de hacer las proyecciones. **Ver información de analistas en Anexo G1.**

Tabla 27: Estimación de la demanda por producto

Cartera de productos	Capacidad instalada	2013		2014		2015		2016		2017	
		T/A	T/B	T/A	T/B	T/A	T/B	T/A	T/B	T/A	T/B
Habitación simple	22	2.213	1.106	2.301	1.151	2.324	1.162	2.347	1.174	2.371	1.185
Habitación doble	20	2.213	1.106	2.301	1.151	2.324	1.162	2.347	1.174	2.371	1.185
Habitación triple	12	1.383	691	1.438	719	1.453	726	1.467	734	1.482	741
Suite simple	3	553	277	575	288	581	291	587	293	593	296
Suite doble	3	553	277	575	288	581	291	587	293	593	296
Total visitantes por temporada		6.915	3.457	7.191	3.596	7.263	3.632	7.336	3.668	7.409	3.705

Elaborado por: Los autores

La tabla arriba mostrada presenta la demanda para los primeros 5 años del proyecto, se estima el mismo crecimiento del sector hotelero ecuatoriano que es del 4%. **Ver más detalles en Anexo M.**

6.4.2 Cálculo de la demanda del restaurante

Fórmula aplicada

$$\text{Demanda restaurante} = (tvBS * pms * fqtv) + (ceBS * fqce)$$

Elaborado por: Los autores

Donde:

TvBS: es el total de visitantes estimado que se hospedarán en Brisas de Santay

pms: es la premisa estimada del total de visitantes de Brisas de Santay.

Fqtv: es la frecuencia con que los visitantes consumirán en el restaurante.

ceBS: es el total estimado de clientes externos (clientes que no son huéspedes del hotel) , que se espera lleguen y consuman en el restaurante.

Fqce: es la frecuencia estimada de los clientes externos.

Tabla 28 : Cálculo de la demanda del restaurante para el año 2013

Datos	T/A	T/B
tvBS	6,915	3,457
Pms	50%	50%
Fqtv diaria	2	2
ceBS	640	240
Fqce diaria	1	1
Total demanda estimada	7,555	3,697

Elaborado por: Los autores

De igual manera se estima que la demanda aumente a razón de 4% anual.

6.4.3 Cálculo de la demanda del salón múltiple y salón de ejecutivos

Fórmula aplicada

$$\text{Demanda esperada} = \#empD * pms * fq$$

Elaborado por: Los autores

Donde:

#empD: es el número de empresas que hay en el cantón Durán

Pms: es la premisa estimada

Fq: es la frecuencia

Tabla 29: Demanda anual salón múltiple

Datos	T/A	T/B
# empresas en Durán	48	48
Premisa	1.5%	1.5%
Frecuencia anual	32	16
Demanda estimada	23	16

Tabla 30: Demanda anual salón de ejecutivos

Datos	T/A	T/B
# empresas en Durán	48	48
Premisa	4%	4%
Frecuencia anual	32	24
Demanda estimada	61	46

Tablas elaboradas por: Los autores

El alquiler del salón múltiple al igual que el salón de ejecutivos son ambos considerados dentro de nuestro proyecto como Otros ingresos, ya que a pesar de que representan un rubro bastante importante, no son parte del concepto de negocio de un hotel como lo es el alojamiento. De igual manera, se ha considerado una tasa de crecimiento anual del 4%. **Ver información completa en Anexo M.**

6.5 Proyección de ingresos

Tabla 31: Ingresos anuales por concepto de ventas

(Expresado en dólares)

	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
T/A	563.973,60	586.532,54	609.993,84	634.393,60	659.769,34	686.160,12	713.606,52	742.150,78	771.836,81	802.710,28
T/B	242.986,63	252.706,09	262.814,33	273.326,91	284.259,98	295.630,38	307.455,60	319.753,82	332.543,98	345.845,73
Total	806.960,22	839.238,63	872.808,18	907.720,51	944.029,33	981.790,50	1.021.062,12	1.061.904,60	1.104.380,79	1.148.556,02

Elaborado por: Los autores

Las estimaciones en términos de volumen están consideradas bajo el 4% de crecimiento anual, dígame que es la misma tasa de crecimiento del sector hotelero ecuatoriano. Cabe indicar además que existen otros ingresos como el alquiler del espacio para gimnasio, spa & peluquería y bar. **Ver detalles de cálculos de ingresos en Anexo N.**

6.6 Estimación de gastos y costos operativos

Tabla 32: Gastos y costos operativos anuales

	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
(Expresado en dólares)										
Total costos y gastos operativos	490.520,00	598.508,10	582.966,74	604.336,54	546.373,18	521.631,81	548.512,45	490.549,08	475.007,71	475.809,17

Elaborado por: Los autores

Como se puede ver, los gastos de cada año varían debido a la compra de materia prima en lo concerniente al menaje de cama, el cual se lo realiza cada 3 años. Los costos indirectos de fabricación al igual que los gastos administrativos y de ventas mantienen un valor muy parecido durante los 10 años. **Ver detalles en Anexo O**

6.7 Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado

Tabla 33: Estado de Resultados proyectado

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS						
Expresado en dólares						
	2.012	2013	2014	2015	2016	2017
	Período preoperación:	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO
Ventas Netas		806.960,22	839.238,63	872.808,18	907.720,51	944.029,33
Costo de ventas (MP+ MOD+MOI+ CIF)		279.735,03	237.313,03	237.313,03	279.735,03	237.313,03
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		527.225,19	601.925,60	635.495,15	627.985,47	706.716,29
Gastos de ventas		18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00
Gastos de administración		71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50
Depreciación		120.151,47	120.151,47	120.151,47	114.640,64	114.640,64
Amortización		3.187,58	3.187,58	3.187,58	3.187,58	3.187,58
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL		313.252,64	387.953,05	421.522,60	419.523,75	498.254,57
Gastos financieros		0,00	150.410,10	134.868,74	119.327,37	103.786,01
Otros ingresos		88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85
UTILIDAD (PERD) ANTES PARTICIPACIÓN		401.265,49	325.555,80	374.666,71	388.209,23	482.481,42
Participación utilidades	15%	60.189,82	48.833,37	56.200,01	58.231,38	72.372,21
UTIL. (PERD.) ANTES IMP.RENTA		341.075,67	276.722,43	318.466,70	329.977,85	410.109,20
Impuesto a la renta %	25%	85.268,92	69.180,61	79.616,68	82.494,46	102.527,30
UTILIDAD (PERDIDA) NETA		255.806,75	207.541,82	238.850,03	247.483,38	307.581,90
Reserva Legal	10%	25.580,68	20.754,18	23.885,00	24.748,34	30.758,19
Utilidad Neta disponible		230.226,08	186.787,64	214.965,03	222.735,05	276.823,71

Elaborado por: Los autores

El presente estado de resultados muestra datos de los cinco primeros años del proyecto. Los costos y gastos que incurren en el año 2012 del proyecto representan el 57.65% respecto a los ingresos por ventas de ese mismo año, de dicho porcentaje el 32.66% corresponde a costos variables y el restante a costos fijos. El año 2013 no registra desembolsos por concepto de costos financieros, a partir del siguiente año (2014) se realizan los dos primeros pagos de los intereses, lo cual representa para ese año el 16.89% respecto a las ventas netas. Como se ve a partir del tercer año la Utilidad Neta disponible va en aumento. **Ver estado P/G proyectado a 10 años en Anexo P.**

6.8 Flujo de caja proyectado

Tabla 34: Flujo de caja proyectado

	FLUJO DE CAJA PROYECTADO (Expresado en dólares)					
	2.012 Pre. preoper.	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas		806.960,22	839.238,63	872.808,18	907.720,51	944.029,33
	0,00	806.960,22	839.238,63	872.808,18	907.720,51	944.029,33
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Materia prima	0,00	78.059,94	35.637,94	35.637,94	78.059,94	35.637,94
MOD		82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58
MOI		89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02
Gastos de ventas	0,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00
Gastos de administración	0,00	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50
Gastos de fabricación	0,00	29.706,50	29.706,50	29.706,50	29.706,50	29.706,50
	0,00	370.368,53	327.946,53	327.946,53	370.368,53	327.946,53
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0,00	436.591,69	511.292,10	544.861,65	537.351,97	616.082,79
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Créditos a contratarse a largo plazo	1.243.309,27	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ingresos por Aporte de Capital	537.846,83	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros ingresos	0,00	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85
	1.781.156,09	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses	0,00	0,00	150.410,10	134.868,74	119.327,37	103.786,01
Pago de principal		0,00	155.413,66	155.413,66	155.413,66	155.413,66
Pago participación de utilidades	0,00	0,00	60.189,82	48.833,37	56.200,01	58.231,38
Pago de impuestos	0,00	0,00	85.268,92	69.180,61	79.616,68	82.494,46
Adquisición de activos fijos:						
Terrenos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Edificios	1.318.558,62	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Maquinarias y equipos	210.475,67	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres	183.624,41	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de computación	6.750,00					
Vehículos	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Oficina	1.027,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Suministros de cocina	9.782,48	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activos Diferidos						
Gastos Preoperativos	15.937,92					
	1.776.156,09	0,00	451.282,50	408.296,37	410.557,71	399.925,51
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	5.000,00	88.012,85	-363.269,65	-320.283,52	-322.544,86	-311.912,66
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	5.000,00	524.604,54	148.022,45	224.578,12	214.807,11	304.170,13
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	5.000,00	529.604,54	677.626,99	902.205,11	1.117.012,23
I. SALDO FINAL DE CAJA (GHQ)	5.000,00	529.604,54	677.626,99	902.205,11	1.117.012,23	1.421.182,36

Elaborado por: Los autores

En el periodo pre operativo se consideró \$5,000 como saldo inicial de caja banco para capital de trabajo. Los ingresos no operacionales corresponden al alquiler de bar-karaoke, spa & peluquería, gimnasio. Como se ve desde el primer año de producción queda un saldo a favor en el flujo de cada periodo. Al final del quinto año contamos con un saldo de caja muy favorable de \$1.421.182,36. **Ver flujo de caja proyectado a 10 años en Anexos Q.**

6.9 Tasa interna de retorno

Tabla 35: TIRF del proyecto

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA (TIRF)											
Expresado en dólares											
FLUJO DE FONDOS	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022
Inversión del proyecto	-2.096.731,94	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo Operacional	0,00	436.591,69	511.292,10	544.861,65	537.351,97	616.082,79	653.843,97	650.693,59	733.958,07	776.434,26	778.187,49
Flujo Neto	(2.096.731,94)	436.591,69	511.292,10	544.861,65	537.351,97	616.082,79	653.843,97	650.693,59	733.958,07	776.434,26	778.187,49
Período de Recuperación	(2.096.731,94)	(1.660.140,25)	(1.148.848,14)	(603.986,50)	(66.634,52)	549.448,27	1.203.292,24	1.853.985,83	2.587.943,90	3.364.378,16	4.142.565,65
VAN		714.441,19									
TIRF		23,58%									

Elaborado por: Los autores

El desarrollo del proyecto arrojó una VAN de \$714,441.19 considerando una TMAR del 15%, siendo esta la tasa mínima exigida por los inversionistas para este sector, asimismo se obtuvo una tasa de rentabilidad del 23.58%, lo que evidencia la factibilidad financiera del proyecto. El periodo de recuperación se da en el quinto año operativo del proyecto. **Ver Anexo R.**

6.10 Balance general histórico proyectado

Tabla 36: Balance General histórico

BALANCE GENERAL HISTÓRICO Y PROYECTADO						
<i>Expresado en dólares</i>						
	Estado de situación inicial	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	5.000,00	529.604,54	677.626,99	902.205,11	1.117.012,23	1.421.182,36
TOTAL ACTIVOS FIJOS	2.076.218,18	1.956.066,71	1.835.915,25	1.715.763,78	1.601.123,14	1.486.482,50
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	15.937,92	12.750,33	9.562,75	6.375,17	3.187,58	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	2.097.156,09	2.498.421,59	2.523.104,99	2.624.344,06	2.721.322,95	2.907.664,86
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	0,00	145.458,74	118.013,98	135.816,68	140.725,85	174.899,51
TOTAL DE PASIVOS A LARGO PLAZO	1.243.309,27	1.243.309,27	1.087.895,61	932.481,95	777.068,29	621.654,63
TOTAL PASIVOS	1.243.309,27	1.388.768,01	1.205.909,58	1.068.298,63	917.794,14	796.554,15
TOTAL DE PATRIMONIO	853.846,83	1.109.653,58	1.317.195,40	1.556.045,43	1.803.528,81	2.111.110,72
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	2.097.156,09	2.498.421,59	2.523.104,99	2.624.344,06	2.721.322,95	2.907.664,86
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Elaborado por: Los autores

Ver Balance General proyectado a 10 años en Anexo S.

6.11 Punto de equilibrio incluyendo el servicio de la deuda

Tabla 37: P.E incluyendo el servicio de la deuda

PUNTO DE EQUILIBRIO INCLUYENDO EL SERVICIO DE LA DEUDA
Se consideran únicamente datos de alojamiento

		Costos Fijos Totales	
COSTO FIJO ANUAL	\$ 225.787,13	PUNTO DE EQUILIBRIO =	Precio de Venta - Costo variable
PRECIO DE VENTA PROMEDIO	\$ 71,46		
COSTO VARIABLE PROMEDIO	\$ 2,28		
		PUNTO DE EQUILIBRIO =	225.787
			71,46 - 2,28
		P.E (u)	
		P.E anual	3.264
		P.E mensual	272
		P.E Diario	9
		P.E (\$)	
		233.234,38	
		19.436,20	
		647,87	
		Dólares	

PUNTO DE EQUILIBRIO	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
---------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Punto de Equilibrio Habitaciones	Anual	3.264	4.654	4.501	4.416	4.141	3.897	3.851	3.591	3.439	3.115
----------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Punto de Equilibrio Habitaciones	Mensual	272	388	375	368	345	325	321	299	287	260
Punto de Equilibrio Habitaciones	Diario	9	13	13	12	12	11	11	10	10	9

Elaborado por: Los autores

La tabla indica que se requieren vender 3,264 habitaciones en el año 2013 para cubrir los costos de la operación además del gasto concerniente al costo financiero. Las ventas superiores a esa cantidad empezarán a generar utilidades para la empresa. **Ver Anexo T.**

6.12 Punto de equilibrio sin incluir el servicio de la deuda

Tabla 38: P.E sin incluir el servicio de la deuda

PUNTO DE EQUILIBRIO SIN INCLUIR EL SERVICIO DE LA DEUDA

Se consideran únicamente datos de alojamiento

		Costos Fijos Totales	
	PUNTO DE EQUILIBRIO =	Precio de Venta	Costo variable
COSTO FIJO ANUAL	\$ 225.787,13		
PRECIO DE VENTA PROMEDIO	\$ 71,46		
COSTO VARIABLE PROMEDIO	\$ 2,28		
	PUNTO DE EQUILIBRIO =	225.787	
		71,46	- 2,28
		P.E (u)	
	P.E anual	3.264	233.234,38
	P.E mensual	272	19.436,20
	P.E Diario	9	647,87
		Habitaciones	Dólares

PUNTO DE EQUILIBRIO	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
---------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Punto de Equilibrio Habitaciones	3.264	2.539	2.605	2.691	2.682	2.657	2.800	2.788	2.853	3.115
----------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

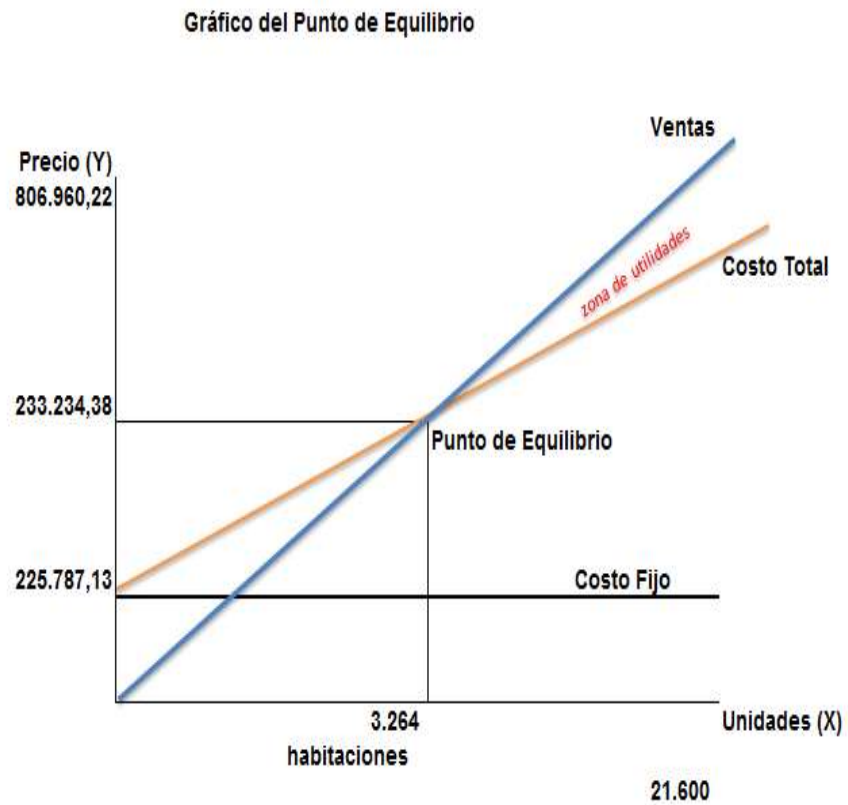
Punto de Equilibrio Habitaciones	272	212	217	224	223	221	233	232	238	260
Punto de Equilibrio Habitaciones	9	7	7	7	7	7	8	8	8	9

Elaborado por: Los autores

La tabla indica que se requieren vender 3,264 habitaciones en el año 2013 para cubrir los costos de la operación. El volumen de venta superior a esa cantidad significará que se empieza a generar utilidades. **Ver Anexo T.**

A continuación se muestra la gráfica del punto de equilibrio.

Figura 14: Gráfica del P.E



Elaborado por: Los autores

6.13 Análisis de Sensibilidad

Tabla 39: Análisis de escenarios

Análisis de Sensibilidad

Indicadores	Escenario Normal	Escenario Optimista		Escenario Pesimista				
		Costos ∇	demanda Δ	Δ Costos		TMAR	demanda ∇	
		20%	15%	20%	40%	20%	20%	21%
TIRF (Proyecto)	23,58%	24,88%	29,51%	20,65%	17,66%	23,58%	15,00%	14,55%
TIRF (accionistas)	36,32%	38,69%	47,78%	30,95%	25,67%	36,32%	20,97%	20,19%
VAN	714.441,19	827.154,88	1.250.097,30	465.354,38	216.267,58	243.020,02	233,05	-35.477,36

DECISIÓN

ACEPTABLE

NO ACEPTABLE

Elaborado por: Los autores

Se consideraron algunos escenarios para probar hasta donde es rentable el proyecto partiendo de supuestos pesimistas y optimistas; citamos un aumento de costos de operación en un 20% y en un 40% así como una posible disminución de la demanda hasta del 20%, aún en el caso de darse dichos escenarios el proyecto continuaría siendo rentable, sólo en el caso de que la demanda cayera en un 21% el proyecto arrojaría un VAN en negativo. **Ver Anexo U.**

6.14 Indicadores Financieros

	2013	2014	2015	2016	2017
CAPITAL DE TRABAJO = Activo Corriente - Pasivo Corriente	384.145,80	559.613,01	766.388,43	976.286,38	1.246.282,85
ÍNDICES DE LIQUIDEZ = Activos corrientes/Pasivos Corrientes	364,09%	574,19%	664,28%	793,75%	812,57%
ÍNDICES DE PRUEBA DEL ÁCIDO = Caja y Bcos./Pasivos Corrientes	364,09%	574,19%	664,28%	793,75%	812,57%
RETORNO SOBRE PATRIMONIO (ROE) = Utilidad neta/ Patrimonio	20,75%	14,18%	13,81%	12,35%	13,11%
RETORNO SOBRE ACTIVOS (ROA) = Utilidad Neta/ Activos totales	9,21%	7,40%	8,19%	8,18%	9,52%
EFICIENCIA GASTOS DE OPERACIÓN Gastos de Operación/Ventas Netas	45,90%	39,08%	37,57%	40,80%	34,74%
UTILIDAD GENERADA POR LA EMPRESA Utilidad Operacional/Ventas netas	54,10%	60,92%	62,43%	59,20%	65,26%
APALANCAMIENTO APALANCAMIENTO FINANCIERO = Pasivos/Activos	55,59%	47,79%	40,71%	33,73%	27,39%
ESTRUCTURA PATRIMONIAL = Patrimonio/Activos	44,41%	52,21%	59,29%	66,27%	72,61%
ROTACIÓN ROTACIÓN DE ACTIVOS = Ventas Netas/Activos	32,30%	33,26%	33,26%	33,36%	32,47%

Elaborado por: Los autores

La tabla superior muestra algunas razones financieras del proyecto en términos de flujo, rotación y gestión operativa. **Ver anexo V.**

CONCLUSIONES

Brisas de Santay es un hotel con instalaciones modernas, personal de atención con verdadera vocación al servicio y un concepto innovador en cuanto a servicio de hospedaje, todo ello nos avala como un hotel de alta categoría y reconocimiento dentro del sector local y nacional.

El estudio de mercado y las proyecciones financieras realizadas en este informe demuestran la factibilidad y sostenibilidad del proyecto en el tiempo. Los márgenes de utilidad y período de recuperación no tan lejanos justifican plenamente la inversión en esta idea de negocio.

Cabe mencionar además que el proyecto es factible y responde ante cualquier evento inesperado en el futuro, como inflación o reducción de demanda, en ambos casos sigue manteniendo valores de eficiencia, liquidez y rentabilidad.

RECOMENDACIONES

El desarrollo del presente proyecto nos da la pauta para recomendar esta idea al inversionista interesado en este sector. A continuación citamos algunas razones por las cuales se recomienda emprender en esta gran industria:

La creación de más hoteles contribuye al fortalecimiento de la oferta que existe en el sector y producto de ello aumenta el poder de elección del consumidor.

La creación de un nuevo hotel tendrá un impacto positivo el cual se verá claramente reflejado en la imagen de la localidad donde se lo implemente.

La inversión en un hotel está plenamente justificada por los márgenes de rentabilidad demostrados en este proyecto.

La industria hotelera mantiene un crecimiento sostenido.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

<http://www.supertel.gob.ec/> . 22 de julio de 2011. *Proyecciones de ventas por operadora de los últimos cinco años*. Superintendencia de Telecomunicaciones *SUPERTEL*

<http://www.inec.gov.ec/home>. 30 de julio de 2011 INEC –Portal de estadísticas- Proyección por edades y por provincias.2001- 2010.

<http://www.eluniverso.com> . 24 de agosto de 2010. Crecimiento en la industria cosmética -Diario el Universo.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Eloy_Alfaro_\(Dur%C3%A1n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Eloy_Alfaro_(Dur%C3%A1n))
25 de agosto de 2011 .Cantón Eloy Alfaro Durán. Wikipedia

Datos de la administración Kimberley. 28 de septiembre de 2011.Hotel Kimberley.

<http://www.modermueble.com/>. 1 de Noviembre de 2011. Cotizaciones de muebles y enseres. Modermuebles.

http://www.turismo.gob.ec/phocadownload/LEY_TURISMO.pdf. 2 de noviembre de 2011. Ley de Turismo. Ministerio de Turismo del Ecuador.

<http://www.hotelesecuador.com/downloads/Reglamento%20de%20Aplicacion%20a%20la%20Ley%20de%20Turismo.pdf>. 3 de Noviembre de 2011. Reglamento de aplicación a la ley de turismo. Ministerio de Turismo del Ecuador.

[http://www.turismo.gob.ec/phocadownload/REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO.pdf](http://www.turismo.gob.ec/phocadownload/REGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_DE_TURISMO.pdf). 3 de Noviembre de 2011. Reglamento general a la ley de turismo. Ministerio de turismo de Turismo del Ecuador,

http://www.oster.cl/sec_productos/index.aspx 4 de Noviembre de 2011. Cotizaciones de productos. Oster

<http://www.creditoseconomicos.com/inicio.aspx>. 4 de noviembre de 2011. Cotizaciones de productos. Créditos económicos.

<http://www.artefacta.com.ec/>. 5 de noviembre de 2011. Cotizaciones de productos. Artefacta.

<http://es.wikipedia.org/>. 5 de noviembre de 2011. Modelo de negocio Canvas.

www.googlemaps.com. 6 de noviembre de 2011. Macrolocalización y Microlocalización. Municipio de Durán

ANEXOS



ANEXO A

Estimación de precio para cálculo del tamaño de mercado

	Hotel	habitacion simple	habitacion doble
QUITO	hotel Tambo Real	\$ 55,00	\$ 62,00
	Hotel Aeropuerto	\$ 35,00	\$ 55,00
	Hotel Embassy	\$ 45,00	\$ 50,00
	Hotel Finlandia	\$ 40,00	\$ 58,00
	Antinea Apart Hotel	\$ 50,00	\$ 60,00
	total	\$ 225,00	\$ 285,00
	costo promedio tipo habitación	\$ 45,00	\$ 57,00
	COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$ 51,00
CUENCA	Hotel	habitacion simple	habitacion doble
	Hotel El Quijote	\$ 28,00	\$ 39,00
	Hotel Oro Verde Cuenca	\$ 73,00	\$ 85,00
	Hotel Italia	\$ 45,00	\$ 58,00
	Hotel Principe	\$ 34,00	\$ 46,00
	Hotel España	\$ 18,00	\$ 30,00
	total	\$ 198,00	\$ 258,00
	costo promedio tipo habitación	\$ 39,60	\$ 51,60
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$ 45,60	
ATACAMES	Hotel	habitacion simple	habitacion doble
	Hotel Club del Sol	\$ 55,00	\$ 58,00
	Hotel El Marques	\$ 61,00	\$ 90,00
	Hotel Eliseos	\$ 61,00	\$ 90,00
	Hotel Cielo Azul	\$ 33,00	\$ 44,00
	Hotel Belamare	\$ 44,00	\$ 64,00
	total	\$ 254,00	\$ 346,00
	costo promedio tipo habitación	\$ 50,80	\$ 69,20
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$ 60,00	
BAÑOS	Hotel	habitacion simple	habitacion doble
	Hotel Sangay Spa	\$ 47,00	\$ 71,00
	Hotel Volcano	\$ 54,00	\$ 61,00
	total	\$ 101,00	\$ 132,00
costo promedio tipo habitación	\$ 20,20	\$ 26,40	
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$ 23,30	
GUAYAQUIL	Hotel	habitacion simple	habitacion doble
	Hotel Alexander	\$ 47,00	\$ 59,00
	Hotel Doral	\$ 50,00	\$ 60,00
	Hotel La Torre	\$ 30,00	\$ 35,00
	Hotel Aeropuerto	\$ 46,00	\$ 56,00
	Hotel Rizzo	\$ 52,00	\$ 58,00
	total	\$ 225,00	\$ 268,00
	costo promedio tipo habitación	\$ 45,00	\$ 53,60
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$ 49,30	
PROMEDIO GENERAL	costo promedio tipo habitación	\$ 200,60	\$ 257,80
	COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$ 45,84

(*) Se consideraron hoteles 3,4 y 5 estrellas

(*) Los hoteles escogidos son los más cercanos al aeropuerto, terminal terrestre.



ANEXO – B

Estimación del precio para el segmento 1

Guayaquil			Durán		
Hotel	habitacion simple	habitacion doble	Hotel	habitacion simple	habitacion doble
Hotel Alexander	\$ 60,00	\$ 75,00	Hotel Kimberly	\$ 55,00	\$ 70,00
Hotel Doral	\$ 65,00	\$ 80,00	Hotel Ficus	\$ 50,00	\$ 60,00
Hotel La Torre	\$ 55,00	\$ 75,00	Hotel Soloy	\$ 50,00	\$ 65,00
Hotel Aeropuerto	\$ 46,00	\$ 56,00	Hotel Taylor	\$ 45,00	\$ 58,00
Hotel Rizzo	\$ 52,00	\$ 58,00	Hotel Palans	\$ 45,00	\$ 60,00
total	\$ 278,00	\$ 344,00	Hotel Paris	\$ 40,00	\$ 50,00
costo promedio tipo habitación	\$ 55,60	\$ 68,80	total	\$ 285,00	\$ 363,00
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$ 62,20	costo promedio tipo habitación	\$ 47,50	\$ 60,50
			COSTO PROMEDIO PONDERADO	\$ 54,00	
			Costo promedio tipo habitación	\$ 103,10	\$ 129,30
			COSTO PROMEDIO PONDERADO	\$ 58,10	



ANEXO - C

Empresas afiliadas a la Cámara de Comercio de Durán

Sector	Número de empresas
Lubricantes	1
Aditivos para la construcción	1
Agroindustria	2
Alimenticios	2
Almacenera y bodegaje	1
Astilleros navales	1
Convertidora de cartón	1
Elaboración de alimentos balanceados	6
Productos de panificación	1
Adoquines y hormigón	1
Fabricación de pinturas	1
Productos farmacológicos	2
Acuicultura	3
Industria arrocera	2
Cartonera	1
Café y cacao	4
Plásticos	3
Industria gráfica	3
Industria metalúrgica	2
Industria tabacalera	1
Industria de madera	1
Insumo para hogares	3
Químicos y agroquímicos	4
Textiles	1
Total	48

Fuente: Cámara de comercio de Durán

Cálculo estimado:

media aproximada de obreros por empresa	110
media aproximada de empleados administrativos por empresa	15
media aproximada de altos ejecutivos (accionistas, gerentes, auditores, administradores) por empresa	10
Proveedores	10
Media de ejecutivos por empresa	35

Total estimado de ejecutivos que trabajan en Durán	1.680
Media de ejecutivos por empresa que viven en Guayaquil	32

Total estimado de ejecutivos provenientes de Guayaquil que trabajan en Durán	1512
---	-------------

Altos ejecutivos	cantidad
Gerente General	1
Coordinador de compras	1
Accionistas	3
Gerente de Producción	1
Coordinador de la planta	1
auditores externos	2
administradores	1
total	10

Datos históricos del hotel Kimberly

900	personas que recibe al mes el Hotel Kimberly de Durán
720	* cantidad de ejecutivos que recibe el Hotel (80%)
47,62%	* Demanda mensual de ejecutivos que tiene el Hotel



ANEXO – D

Estimación del precio para el segmento 2

Durán		
Hotel	habitacion simple	habitacion doble
Hotel Kimberly	\$ 55,00	\$ 70,00
Hotel Ficus	\$ 50,00	\$ 60,00
Hotel Soloy	\$ 50,00	\$ 65,00
Hotel Taylor	\$ 45,00	\$ 58,00
Hotel Palans	\$ 45,00	\$ 60,00
Hotel Paris	\$ 40,00	\$ 50,00
total	\$ 285,00	\$ 363,00
costo promedio tipo habitación	\$ 47,50	\$ 60,50
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$ 54,00

Elaborado por: Los autores



ANEXO – E

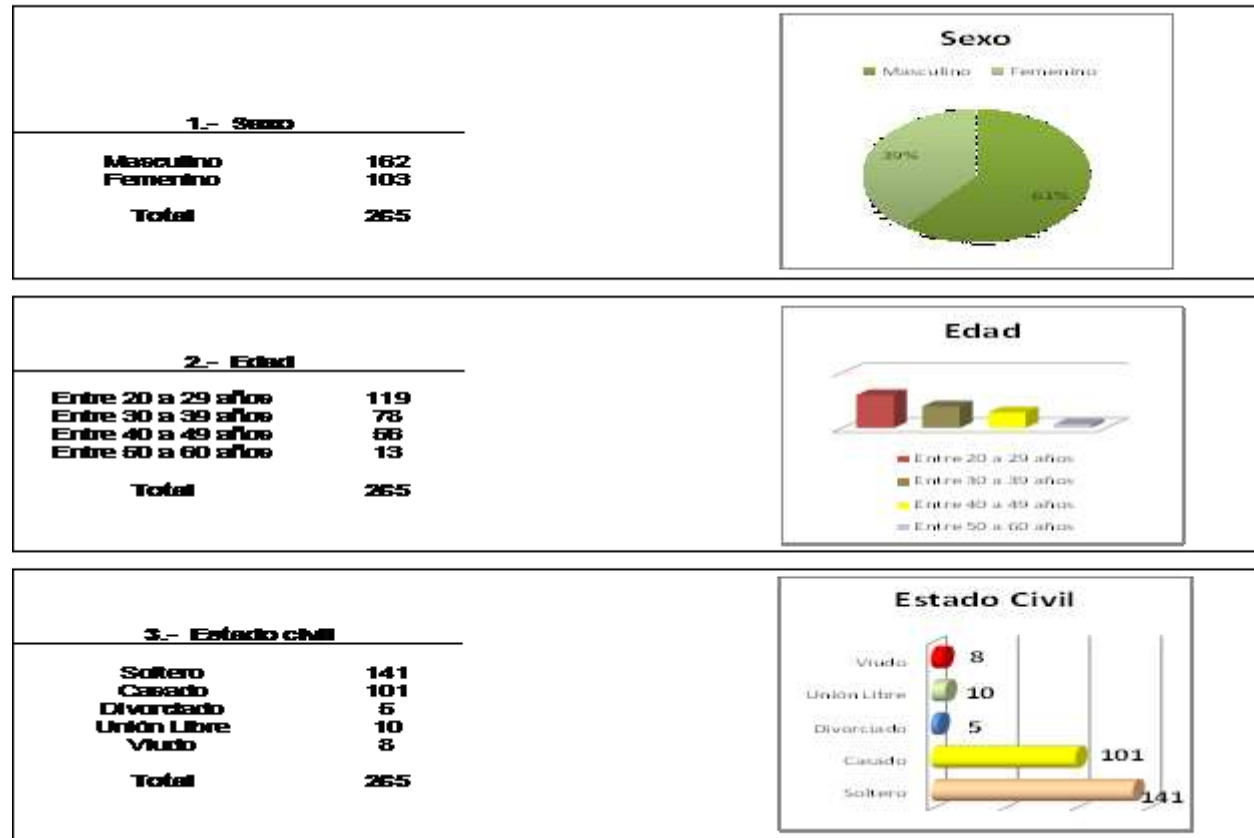
Modelo de Encuesta

1.-Sexo			
Masculino	Femenino		
2.- Edad			
Entre 20 a 29 años	Entre 30 a39 años	Entre 40 a 49 años	Entre 50 a 60 años
3.- Estado civil			
Soltero	Casado	otro	
4.- Donde vive?			
Guayaquil	Durán	Otro	
5.- Sector donde vive			
Norte	Centro	Sur	
6.-Ocupación			
Estudiante	Dependiente en una compañía	Propietario de un negocio	
7.- Nivel de ingresos			
Menos de \$500	Entre \$500 a \$1,000	Más de \$1,000	
8.- Con qué frecuencia se traslada fuera de la ciudad donde reside?			
1 vez al mes	De 2 a 5 veces al mes	Màs de 5 veces al mes	
9.- Cuál es el lugar que más frecuenta cuando se traslada fuera de la ciudad donde vive?			
Costa	Sierra	Región insular y amazonía	Otro país
10.- Mencione la razón por la cual viaja			
Viaje de placer	Viaje de negocios	Otros	
11.-Suele viajar			
Solo	En pareja	En grupo de familiares	En grupo de amigos
12.- Cuando viaja, donde suele quedarse?			
Hoteles	Casa de parientes	Otros	
13.- De cuántos días suele ser su estadía?			
1 día	2 días	3 días	Más de 3 días
Por favor escriba su número telefónico si desea ser contactado para una próxima encuesta.			



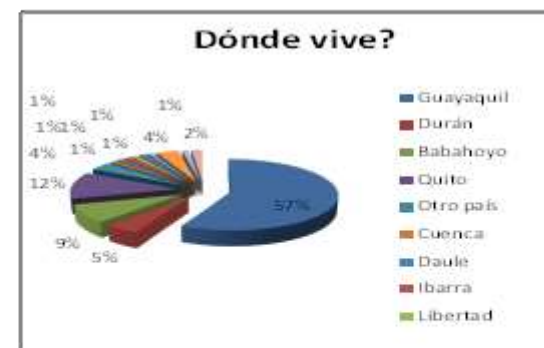
ANEXO – F

Resultado de las encuestas



4.- Dónde vive?

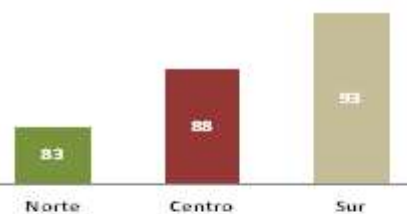
Guayaquil	154
Durán	13
Babahoyo	23
Quito	33
Otro país	10
Cuenca	3
Daule	3
Ibarra	3
Libertad	3
Pedro Carbo	3
Portoviejo	3
Riobamba	10
Salitre	3
Samborondón	5
Total	265



5.- Señale el sector donde reside

Norte	83
Centro	88
Sur	93
Total	265

Sector donde reside



6.- Ocupación

En relación de dependencia	141
Estudiante	33
Propietario de un negocio	91
Total	265

Ocupación

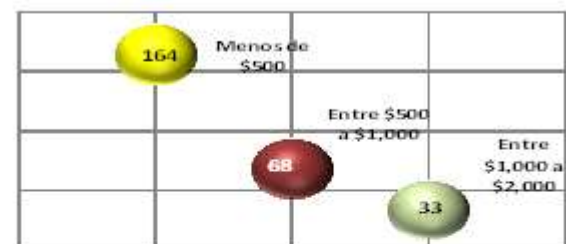
- En relación de dependencia
- Estudiante
- Propietario de un negocio



7.- Nivel de ingresos

Menos de \$500	164
Entre \$500 a \$1,000	68
Entre \$1,000 a \$2,000	33
Total	265

Nivel de ingresos



8.- Con qué frecuencia se traslada fuera de la ciudad donde vive?

1 vez al mes	93
De 2 a 5 veces	
Más de 5 veces	
Total	265



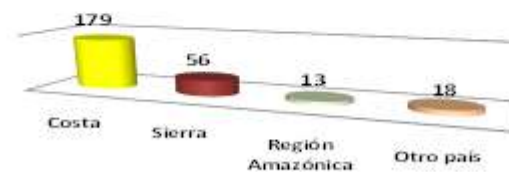
Frecuencia de traslado fuera de su ciudad de residencia



9.- Cuál es el lugar que más frecuenta cuando viaja fuera de la ciudad donde vive?

Costa	179
Sierra	56
Región Amazónica	13
Otro país	18
Total	265

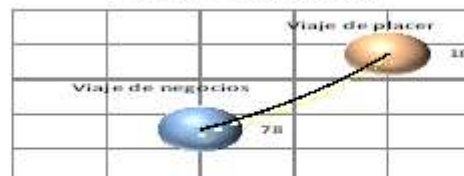
Lugar más frecuentado cuando viaja



10.- Mencione la razón por la cual viaja

Viaje de negocios	78
Viaje de placer	187
Total	265

Motivo del viaje



11.- Cómo suele viajar?

Solo	50
En pareja	33
Con un acompañante	33
En grupo de amigos	81
En grupo de familiares	68
Total	265

Cómo suele viajar

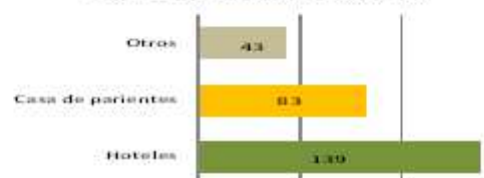
■ Solo
■ En pareja
■ Con un acompañante
■ En grupo de amigos
■ En grupo de familiares



12.- Cuando viaja, dónde suele quedarse?

Hotels	139
Casa de parientes	83
Otros	43
Total	265

Dónde suele alojarse



13.- De cuántos días suele ser su estadía?

1 día	5
2 días	106
3 días	141
Más de 3 días	13
Total	265

Días de estadía



	1 día	2 días	3 días	Más de 3 días
Series1	5	106	141	13



ANEXO – G

Información de Entrevistados

código	Nombre de encuestado	Edad	Ciudad donde reside	sector	Ocupación	Nivel de ingresos	contacto
E1	Ericka Guillén	20	Guayaquil	Norte	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	080840006
E2	Christian Torres	24	Guayaquil	Norte	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	091119802
E3	Alberto Cruz	25	Durán	Centro	Dependiente en una compañía	Más de \$1,000	095616186
E4	Ivonne Arreaga	28	Guayaquil	Norte	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	097179247
E5	Miriam Vallejo	29	Guayaquil	Sur	Propietario de un negocio	Más de \$1,000	085431573
E6	Jorge Villao	29	Guayaquil	Sur	Dependiente en una compañía	Más de \$1,000	094756390
E7	Adriana Hoyos	26	Durán	Centro	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	087327259
E8	Alejandro Domínguez	24	Durán	Norte	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	090554123
E9	Karym Solórzano	28	Guayaquil	Sur	Dependiente en una compañía	Más de \$1,000	082948424
E10	Jenny Salazar	24	Guayaquil	Centro	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	099407661
E11	Alvaro Cedeño	28	Quito	Centro	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	alvaro_beau77@hotmail.com
E12	Carmen Torres	27	Guayaquil	Norte	Propietario de un negocio	Más de \$1,000	carmita384@hotmail.com
E13	Ligia Fienco	24	Guayaquil	Norte	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	087219634
E14	Ivanova Peña	23	Guayaquil	Centro	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	087314880
E15	Guadalupe Torres	29	Guayaquil	Sur	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	084562033
E16	Alejandro Zambrano	24	Quito	Norte	Propietario de un negocio	Entre \$500 a \$1,000	088164399
E17	Juan Rodas	33	Quito	Norte	Dependiente en una compañía	Más de \$1,000	099413797
E18	Alcívar Campos	35	Riobamba	Centro	Dependiente en una compañía	Más de \$1,000	032940177
E19	Eduardo Romero	35	Guayaquil	Sur	Propietario de un negocio	Más de \$1,000	069496393
E20	Mario López	30	Riobamba	Norte	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	084355631
E21	Ariana Peralta	26	Portoviejo	Norte	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	098693775
E22	Hector Regalado	35	Guayaquil	Centro	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	099339618
E23	Diego Jiménez	25	Quito	Norte	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	093447038
E24	Evelyn Pilligua	25	Guayaquil	Sur	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	088848169
E25	Evelyn Montenegro	42	Guayaquil	Sur	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	085901561
E26	Fanny Herrera	39	Cuenca	Sur	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	042368009
E27	Zoila Heredia	45	Cuenca	Norte	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	093353032
E28	Fernando Quizphe	38	Durán	Centro	Dependiente en una compañía	Entre \$500 a \$1,000	098277157
E29	Abraham Torres	50	Londres	Norte	Propietario de un negocio	Más de \$1,000	jo.torres@hotmail.co.uk
E30	Paquita Guillén	37	Cali	Norte	Propietario de un negocio	Más de \$1,000	paquitatres@yahoo.com



ANEXO G1

Datos de analistas proyectos hoteleros

Nombre	Profesión	Edad	Teléfono
Johanna Moncada San Lucas	Arquitecto	29	089554884
Alberto Saltos	Analista de proyectos	45	092130294
Venustiano Carrillo Mañay	Economista	59	087289466



ANEXO – H

Transcripción de entrevistas

Fase 1: Identificar la necesidad del segmento

Cuando viaja fuera de Guayaquil, qué factores son para usted los más importantes para tener una agradable estadía? Mencione al menos 2

- E1: Que haya tranquilidad y que sea un lugar para relajarse.
- E2: Que quede cerca de Guayaquil y cerca del trabajo.
- E3: Lugar tranquilo. Ambiente agradable.
- E4: Viajar con amigos. Ir a un lugar donde pueda relacionarse con otras personas.
- E5: Ir a un lugar donde pueda recrearse. Un lugar alejado de la ciudad donde pueda quitarse el stress (relax).
- E6: Estar en un lugar donde pueda divertirse, relajarse. Un lugar donde pueda encontrar nuevas cosas.
- E7: Encontrar un lugar donde haya tranquilidad. Que sea un lugar donde pueda descansar (relax).
- E8: Tener reservado el lugar donde va a llegar. Tener dinero para disfrutar tranquilamente.
- E9: Llevar lo necesario para disfrutar del viaje. Tener reservado un lugar con anticipación.
- E10: Buscar un lugar turístico cerca de la ciudad. Tener reservación en un lugar.
- E11: Un hotel acogedor, buena comida. Un lugar económico.
- E12: Un lugar tranquilo dónde hospedarse. Un hotel que tenga todas las instalaciones.
- E13: Ubicación, un lugar que no sea peligroso. Que haya buenos precios.
- E14: Tener dinero para disfrutar. Saber dónde va a llegar.
- E15: Ir a un lugar limpio sin contaminación. Un lugar para relacionarse con personas.
- E16: Un lugar alejado de la ciudad donde pueda quitarse el stress (relax).
- E17: Lugar con zonas de entretenimiento.
- E18: Tener un lugar donde llegar, cómodo.
- E19: relax
- E20: Relajarse
- E21: Lugar tranquilo.
- E22: Que haya playa.
- E23: Contar con una reservación en un hotel comfortable.
- E23: Un lugar cómodo para alojarse.
- E24: Comodidad en el alojamiento.
- E26: Lugar tranquilo. Buen ambiente
- E27: Sitio tranquilo y cómodo para alojarse.
- E28: Lugar para quitarse el stress y relajarse
- E29: Lugar tranquilo. Ambiente acogedor
- E30: Casinos, discotecas

Mencione 1 aspecto positivo y 1 negativo respecto al servicio de hospedaje que ha recibido cuando se traslada a otra ciudad

- E1:** La comida fue muy buena (+). Atención fue regular (-).
- E2:** La atención fue buena (en un hotel) (+). Las instalaciones estaban deterioradas (-).
- E3:** Tuvo una buena atención en el hotel donde se hospedó (+). Las instalaciones no contaban con todos los servicios básicos (-).
- E4:** Recibió una buena atención en el hotel donde se alojó (+). El precio fue muy alto (-)
- E5:** La atención del personal fue cordial (+). Las instalaciones del hotel donde se hospedó no brindaban comodidad ni cubrían sus expectativas.
- E6:** La comida fue muy buena (+). El hotel no cubría las expectativas en cuanto a precio del servicio (-).
- E7:** La atención en cuanto al servicio de hospedaje fue buena (+). No había garaje (-).
- E8:** La habitación tenía buena vista (+). El hotel no tenía garaje propio (-).
- E9:** Lo recibieron con amabilidad (+). La habitación no tenía buena vista (-).
- E10:** Fue atendido con agilidad (+). La habitación no tenía aire acondicionado (-).
- E11:** Que quedaba cerca de todo y económico (+). Las camas eran muy viejas (-).
- E12:** Que lo reciban con una sonrisa al llegar y recojan las maletas (+). Demorarse al servicio al dormitorio (-)
- E13:** Lugar limpio y ordenado (+). Que los empleados eran groseros y no sabían tratar al cliente (-).
- E14:** Ha recibido buen servicio en comida (+). No tuvo garantía cuando se le perdieron unas joyas, el hotel no se hizo responsable (-).
- E15:** El hotel en que se hospedó se hizo responsable por los objetos que se le perdieron (+). Empleados déspotas que no la brindaron buen servicio (-).
- E16:** Lo recibieron con amabilidad (+). La instalación no era de la mejor (-).
- E17:** Buena comida (+). La instalación no era de la mejor (-).
- E18:** Buena comida (+). No recibió un trato muy cordial de empleados (-).
- E19:** Buena atención (+). La habitación no era muy cómoda (-).
- E20:** Buena comida (+). La habitación no era muy amplia (-).
- E21:** amabilidad, buen trato (+). Deficientes instalaciones (-).
- E22:** Gran atención (+). Deficientes instalaciones (-).
- E23:** La comida fue muy buena (+). El hotel no cubría las expectativas en cuanto a precio del servicio (-).
- E24:** Que quedaba cerca de todo y económico (+). Las camas eran poco cómodas (-).
- E25:** Muy buena atención de empleados (+). La habitación no era muy amplia (-).
- E26:** Buena comida (+). La habitación no era muy amplia y no tenía buena vista (-).
- E27:** Lo recibieron con buen trato (+). La habitación no tenía buena vista (-).
- E28:** Recibió una buena atención en el hotel donde se alojó (+). El precio fue muy alto (-)
- E29:** La comida fue muy buena (+). Atención fue más o menos buena (-).
- E30:** Buena atención de empleados (+). Instalaciones regulares (-).

Donde suele hospedarse, por qué?

E1: Hotel, por privacidad y encontrar un ambiente diferente.

E2: Hotel, porque busca comodidad.

E3: Hotel, por privacidad.

E4: Hotel, no tiene familiares fuera de la ciudad.

E5: Hotel, no tiene familiares fuera de la ciudad.

E6: Hotel, porque quiere disfrutar de un ambiente diferente, alejarse de la rutina.

E7: Hotel, no tiene parientes fuera de la ciudad.

E8: Hotel, por tener una estadía de placer con comodidades,

E9: Hotel, porque considera que un hotel tiene un ambiente diferente donde hay servicios que no tiene en casa.

E10: Hotel, porque en los lugares que frecuenta no tiene familiares.

E11: Hotel. Suele hospedarse en un lugar donde no haya ruido porque le gusta la tranquilidad

E12: Hoteles, porque está cerca de todos los lugares que le interesa.

E13: Hotel porque le queda cerca de los lugares donde quiere salir a divertirse.

E14: Hotel, porque es cómodo y elegante.

E15: Hotel, porque no tiene parientes en los lugares que visita fuera de Guayaquil.

E16: Hotel, por privacidad.

E17: Hotel, para disfrutar de un ambiente diferente.

E18: Hotel, para disfrutar de un ambiente distinto y a la vez cómodo.

E19: Hotel, para disfrutar de lo que no hay en casa.

E20: Hotel, por el ambiente diferente.

E21: Hotel, por comodidas y elegancia.

E22: Hotel, por la tranquilidad.

E23: Hotel, por privacidad.

E24: Hotel, por comodidad y privacidad.

E25: Hotel, no tiene familiares fuera de la ciudad.

E26: Hotel, por la tranquilidad.

E27: Hotel, por privacidad.

E28: Hotel, no tiene familiares fuera de la ciudad.

E29: Hotel, por tener una estadía de placer con comodidades y atenciones.

E30: Hotel, no tiene familiares fuera de la ciudad.

Qué características necesitaría que tenga el lugar donde se va a alojar? Mencione 2

E1: Discoteca, un buen bar.

E2: Lugar cómodo, con bar, internet y karaoke.

E3: Que tenga una cafetería y un bar.

E4: Que tenga una piscina y un garaje.

E5: Un lugar acogedor, que tenga una sala de recreación para jugar villar.

E6: Que tenga una piscina grande y un bar con juegos de villar.

E7: Que tenga un bar y un restaurante donde se sirva comida típica.

E8: Que tenga un restaurante, y que tenga piscina, internet y aire acondicionado.

E9: Una piscina, conexión a internet y un sauna, masajes.

E10: Discoteca, internet inalámbrico con buena señal.

E11: Buena vista, garaje.

E12: Amplitud en los cuartos. Excelente servicio al cliente.

E13: Que haya buena comida y buena atención de los empleados.

E14: Que quede cerca de lugares para ir a distraerse. Que los alrededores de ese lugar estén limpios.

E15: Que sea un lugar con buenos precios. Que quede cerca de lugares para ir a distraerse

E16: Buena vista, garaje.

E17: Conexión a internet desde la habitación.

E18: Bar karaoke y restaurante.

E19: Diversidad de servicios, piscina, entretenimiento.

E20: Buena vista, garaje.

E21: Bar karaoke y restaurante.

E22: Que tenga un bar y un restaurante con buena comida.

E23: Discoteca, un buen bar.

E24: Garaje.

E25: Un buen bar karaoke.

E26: Buena vista a la calle.

E27: Que tenga una piscina y un garaje.

E28: Conexión a internet en buenas condiciones.

E29: Conexión a internet en buen funcionamiento.

E30: Piscina, bar y karaoke.

Qué tan importante es para usted disfrutar la biodiversidad y áreas verdes en su estadía fuera de la ciudad?

E1: Muy importante porque considera que es un ambiente para relajarse.

E2: Muy importante porque disfruta de un lugar libre de contaminación.

E3: Muy importante porque disfruta de los animales, en especial las aves.

E4: Muy importante porque disfruta mucho del paisaje y las plantas.

E5: Importantísimo porque le aporta un bienestar a su salud.

E6: Bastante importantes porque disfruta de las plantas y es amante de las aves.

E7: Importante, disfruta del paisaje.

E8: Muy importante porque disfruta de la naturaleza.

E9: Demasiado importante, considera que respirar aire puro ayuda a su salud.

E10: Muy importante, se relaja visitando lugares con estas características.

E11: Demasiado importante. Porque disfruta la naturalidad del aire y el cuerpo descansa del estrés.

E12: Importantísimo. Le encantan las áreas verdes, escuchar los pájaros y disfrutar las áreas verdes.

E13: Es muy importante para respirar aire fresco, tranquilidad paz, disfrutar de la armonía de la naturaleza

E14: Muy importante porque esto da energía y tranquilidad al momento de que quiera relajarse.

E15: Importante, le sirve para relajarse.

E16: Importante, disfrutar del paisaje.

E17: Importante, disfrutar las áreas verdes.

E18: Importantísimo porque es beneficioso para la salud.

E19: Bastante importantes porque es amante de las aves.

E20: Muy importante porque considera que es un ambiente para relajarse.

E21: Muy importante ya que le permite relajarse.

E22: Importante, disfrutar las áreas verdes.

E23: Importante, disfrutar una zona ecológica.

E24: Importante, disfrutar del paisaje y animales.

E25: Muy importante, disfrutar del paisaje.

E26: Muy importante, disfrutar del paisaje y del aire puro.

E27: Muy importante, disfrutar de una zona de relajamiento natural.

E28: Demasiado importante, disfrutar el paisaje.

E29: Importante, le sirve para relajarse.

E30: Importante, porque disfruta del paisaje.

Fase 2: Presentación del prototipo de servicio a ofrecer a los clientes: toma de prueba de características y funcionalidades del servicio.

Le presentamos un prototipo de hotel con las características sugeridas por usted en la entrevista anterior. Cumple esta propuesta con sus necesidades y expectativas?

- E1:** Sí, porque se ve un lugar cómodo con todo lo necesario para poder descansar.
- E2:** Sí, porque se ve que el hotel brinda comodidad, relax y entretenimiento.
- E3:** Sí, porque ofrecen todos los servicios básicos para tener una buena comodidad.
- E4:** Sí, porque cuenta con los servicios mínimos que se necesitan para tener una buena estadía.
- E5:** Está muy bien, sobre todo porque cuenta con acceso a internet.
- E6:** Sí, porque no todos los hoteles cuentan con estos servicios.
- E7:** Novedoso, porque tiene el paseo a una zona ecológica.
- E8:** Tiene lo principal, un garaje, no todos lo tienen.
- E9:** Está bastante llamativo, por el acceso a internet, también por el paseo.
- E10:** Me gusta, porque tiene piscina.
- E11:** Espectacular el hotel, la posibilidad de acceder a las áreas verdes es muy importante.
- E12:** Interesante, me llama la atención el paseo a la isla.
- E13:** Muy novedoso, interesante.
- E14:** Sí, un buen bar y una piscina, es todo lo que necesita.
- E15:** Novedoso, hay muchos servicios y el paseo a la isla Santay es muy interesante.
- E16:** Tiene un garaje, es muy importante y no todos los hoteles lo tienen.
- E17:** Tiene diversidad de servicios.
- E18:** Sí, por el acceso a internet.
- E19:** Por la novedad del paseo a una zona ecológica.
- E20:** Está muy bien, por el acceso a internet.
- E21:** Interesante, llama la atención el paseo a la isla.
- E22:** Sí, porque se ve que el hotel brinda comodidad, relax y entretenimiento.
- E23:** Me gusta, porque tiene piscina.
- E24:** Sí, por lo completo del servicio.
- E25:** Sí, por el paseo a una zona ecológica.
- E26:** Sí, por el paseo a una zona ecológica, es muy importante y novedoso.
- E27:** Sí, porque tiene muchos servicios.
- E28:** Tiene variedad de servicios.
- E29:** Sí, porque ofrecen todos los servicios básicos para tener una buena comodidad.
- E30:** Sí, porque cuenta con los servicios necesarios para tener una buena estadía.

Qué características considera que deben tener estos servicios para que sean de su entero agrado al momento de hospedarse?

E1: El servicio de wifi ya que le permitirá tener acceso a la información electrónica disfrutar de la piscina además las habitaciones se ven muy confortables y cómodas.

E2: Aire acondicionado, tv, servicio de habitación, camas confortables, limpieza a la habitación, piscina en buen estado.

E3: Que el bar cuente con varias opciones de vino, que haya un excelente ambiente en las habitaciones.

E4: Considera que lo más importante es contar con sábanas limpias 100% algodón.

E5: Que el viaje a la isla cuente con guías turísticos para conocer más del lugar.

E6: Que exista una buena señal de internet.

E7: Propone que las habitaciones dobles tengan camas de dos plazas.

E8: Le agradaría que en el bar restaurante se sirva solo comida típica.

E9: Es indispensable que el garaje cuente con un buen control de seguridad.

E10: Las habitaciones deberían tener una buena vista, que exista un buen acondicionamiento.

E11: Habitación bien equipada, buena cama, tv grande, tv cable, empleados educados, piscina limpia. Que el paseo sea en bote para ver mejor las aves.

E12: Conocer cómo viven las personas que habitan en la isla, sugiere un día de convivencia.

E13: Que el viaje a la isla sea en lancha.

E14: Que el hotel provea todo lo necesario en cuanto equipos y vestimenta para viajar seguros a la isla.

E15: Buen servicio, puntualidad. Que el paseo a la isla sea en lancha con un guía que dé a conocer cosas del lugar.

E16: A/C, tv cable e internet en las habitaciones.

E17: servicio de habitación, camas confortables.

E18: Las habitaciones deberían tener una buena vista.

E19: A/C, tv cable e internet en las habitaciones.

E20: Le agradaría que en el bar restaurante y karaoke.

E21: A/C, tv cable e internet en las habitaciones, seguridad.

E22: Que las habitaciones dobles tengan camas de dos plazas.

E23: Que el viaje a la isla cuente con guías turísticos.

E24: Buen control de seguridad.

E25: Que exista una buena señal de internet.

E26: Habitación bien equipada, buena cama, tv grande, tv cable, empleados educados, piscina limpia.

E27: Buen servicio, puntualidad y limpieza.

E28: Las habitaciones con una buena vista.

E29: Las habitaciones deberían tener un buen acondicionamiento.

E30: A/C, tv cable e internet en las habitaciones, seguridad y limpieza.

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio diario (que incluye el paseo a la isla Santay, el uso de las instalaciones más un coffee break)?

Entre \$50 a \$60; entre \$60 a \$70; entre \$70 a \$80

E1: Entre \$50 a \$60

E2: Entre \$60 a \$70

E3: Entre \$70 a \$80

E4: Entre \$50 a \$60

E5: Entre \$50 a \$60

E6: Entre \$70 a \$80

E7: Entre \$50 a \$60

E8: Entre \$70 a \$80

E9: Entre \$60 a \$70

E10: Entre \$60 a \$70

E11: Entre \$70 a \$80

E12: Entre \$50 a \$60

E13: Entre \$70 a \$80

E14: Entre \$50 a \$60

E15: Entre \$70 a \$80

E16: Entre \$60 a \$70

E17: Entre \$50 a \$60

E18: Entre \$50 a \$60

E19: Entre \$50 a \$60

E20: Entre \$60 a \$70

E21: Entre \$60 a \$70

E22: Entre \$70 a \$80

E23: Entre \$70 a \$80

E24: Entre \$60 a \$70

E25: Entre \$50 a \$60

E26: Entre \$50 a \$60

E27: Entre \$70 a \$80

E28: Entre \$70 a \$80

E29: Entre \$60 a \$70

E30: Entre \$60 a \$70

Por qué otro servicio estaría usted dispuesto a pagar más?

E1: Por un servicio de masajes y sauna

E2: Porque el bar tenga karaoke

E3: Servicio de masajes para des estresarse.

E4: Por el servicio de alquiler de películas

E5: Servicio de lavandería

E6: Gimnasio no todos los tienen

E7: Canchas para hacer deporte

E8: Un karaoke sería genial

E9: Yoga , sauna mas masajes

E10: Bioterapia

E11: Por masajes.

E12: Presentaciones de bandas en vivo en el bar

E13: Por un spa y una peluquería.

E14: Masajes corporales

E15: Por un spa.

E16: Por canchas para hacer deporte.

E17: Por un spa.

E18: Por un bar con karaoke

E19: Por un spa, sauna.

E20: Por un spa.

E21: Bailoterapia.

E22: Por un bar con karaoke

E23: Por un spa, masajes.

E24: Por un bar con karaoke

E25: Por un spa.

E26: Por un bar con karaoke

E27: Por un bar con karaoke

E28: Por un spa.

E29: Masajes corporales

E30: Hipoterapia.

Fase 3: Confirmación de precio y distribución

Dónde le gustaría encontrar la publicidad referente al hotel-?

E1: En periódicos

E2: Revistas especializadas

E3: Radio y televisión

E4: Páginas web

E5: Agencias de viajes

E6: Recibir información vía mail.

E7: Páginas web

E8: Diario El Universo.

E9: Vallas publicitarias.

E10: Folletos, banners.

E11: Paquetes promocionales de agencias de viajes.

E12: Internet.

E13: Televisión.

E14: En las islas de los centros comerciales.

E15: En la televisión

E16: Internet.

E17: Periódicos.

E18: Televisión.

E19: Agencias de viaje.

E20: Páginas web

E21: Internet.

E22: Televisión.

E23: Televisión.

E24: Internet.

E25: Periódicos.

E26: Periódicos.

E27: Agencias de viaje.

E28: Televisión.

E29: Internet.

E30: Agencias de viaje.

El costo de hospedaje (incluido el servicio turístico y el uso de todas las instalaciones en el hotel) tendrá un precio de \$50. Lo pagaría Porqué?

E1: Sí, es un precio acorde a los servicios que se brindan.

E2: Le parece un precio justo.

E3: El precio es accesible

E4: Sí, es un buen precio

E5: Es un precio atractivo

E6: Es un valor que lo puede pagar

E7: Si, considera atractivo el precio

E8: Sí, no está caro

E9: Está de acuerdo con el precio

E10: Le gusta el precio

E11: Sí, es relativamente bajo

E12: Es accesible en comparación con precios de otros hoteles que no tienen servicio turístico

E13: Por los servicios que brinda si lo pagaría.

E14: Le agrada el precio.

E15: Sí lo pagaría no es precio tan elevado.

E16: Está de acuerdo con el precio

E17: Es un valor que lo puede pagar

E18: Sí, no está caro

E19: Es un valor que lo puede pagar

E20: Le gusta el precio

E21: Le gusta el precio

E22: Es un valor que lo puede pagar

E23: Sí, no está caro

E24: Le agrada el precio.

E25: Es un valor que lo puede pagar

E26: Está de acuerdo con el precio

E27: Le agrada el precio.

E28: Es un valor que lo puede pagar

E29: Está de acuerdo con el precio

E30: Es un valor que lo puede pagar



ANEXO - I

Terrenos

Detalle	Cantidad	Precio unitario (\$)	Precio Total (\$)
Lote de 50m x 200m	2	150.000	300.000

Obra Civil

(Expresado en dólares)

ACTIVIDAD	PB	PISO 1	PISO 2	PISO 3	PISO 4	PISO 5	Total
Carpintería de madera y aluminio maderado	32.518,57	40.022,86	50.028,57	50.028,57	40.022,86	37.521,43	250.142,85
Ventanas	10.116,66	12.451,27	15.564,09	15.564,09	12.451,27	11.673,07	77.820,45
Estructura metálica	969,15	1.192,80	1.491,00	1.491,00	1.192,80	1.118,25	7.455,00
Estructuras de hormigón	30.424,66	37.445,73	46.807,16	46.807,16	37.445,73	35.105,37	234.035,82
Mampostería-revestimiento crudo	18.719,17	23.038,98	28.798,73	28.798,73	23.038,98	21.599,05	143.993,65
Movimiento de tierras-excavaciones y desalojos	2.084,79	2.565,89	3.207,37	3.207,37	2.565,89	2.405,53	16.036,84
Obras previas	1.390,05	1.710,83	2.138,53	2.138,53	1.710,83	1.603,90	10.692,67
Instalaciones y piezas sanitarias	11.703,20	14.403,93	18.004,92	18.004,92	14.403,93	13.503,69	90.024,59
Revestimiento piso-paredes-tumbado	23.096,51	28.426,47	35.533,09	35.533,09	28.426,47	26.649,82	177.665,44
Instalaciones eléctricas, Planta eléctrica, Planta de tratamiento de desechos	11.623,26	14.305,55	17.881,94	17.881,94	14.305,55	13.411,45	89.409,68
Instalaciones telefónicas y de red inalámbrica	10.286,90	12.660,80	15.826,00	15.826,00	12.660,80	11.869,50	79.130,00
Sistema contra incendio	1.430,00	1.760,00	2.200,00	2.200,00	1.760,00	1.650,00	11.000,00
Instalaciones de red, monitoreo y tv cable	4.888,00	6.016,00	7.520,00	7.520,00	6.016,00	5.640,00	37.600,00
Diseño arquitectónico	651,10	801,36	1.001,70	1.001,70	801,36	751,27	5.008,48
elevador	10.381,04	12.776,67	15.970,83	15.970,83	12.776,67	11.978,13	79.854,17
Agua potable y sistema de bombeo	740,87	911,84	1.139,80	1.139,80	911,84	854,85	5.699,00
Estudio de Suelo e Impacto Ambiental	388,70	478,40	598,00	598,00	478,40	448,50	2.989,98
Total Inversión en obra civil	171.412,62	210.969,38	263.711,72	263.711,72	210.969,38	197.783,79	1.318.558,62

Terreno





Gastos preoperativos

Detalle de los impuestos y contribuciones	Descuento tributario	Valor a Pagar sin Exoneración Tributaria (\$)	Descuento tributario (\$)	Valor a Pagar con Exoneración Tributaria (\$)
0,82% Impuesto de la Super Intendencia de Compañías de los Activos Totales	48%	17.193,20	8.252,74	8.940,46
0,15% Impuesto de la Super Intendencia de Compañías de la diferencia entre el Total de Activos y el Pasivo	48%	3.145,10	1.509,65	1.635,45
\$ 200,00 Permiso de Funcionamiento	48%	200,00	96,00	104,00
Predio de los terrenos	48%	1.500,00	720,00	780,00
Tasa a pagar para afiliación al Ministerio de Turismo	48%	150,00	72,00	78,00
Tasa de Habilitación	0%	100,00	0	100,00
Tasa Unica anual de Funcionamiento	0%	1.300,00	0	1.300,00
Gastos de constitución de la compañía	0%	1.500,00	0	1.500,00

Total inversión en Gastos Preoperativos	\$ 15.937,92
--	---------------------



Maquinaria y Equipos

Equipo/artículo	Precio unitario (\$)	Cantidad requerida	Precio Total (\$)
Mini refrigeradora	220,00	60,00	13.200,00
Cabina para ama de llaves y	500,00	8,00	4.000,00
Cabina para llevar bebidas,	1.350,00	2,00	2.700,00
Saco para ama de llaves y limpieza	212,00	2,00	424,00
Cabina fría para hielo y bebidas	2.852,00	5,00	14.260,00
Cabina para el servicio de	1.627,00	5,00	8.135,00
licuadora industrial para-restaurar	119,00	4,00	476,00
Olla Arrocera Industrial	350,00	1,00	350,00
Freidora de papas	243,29	1,00	243,29
Cocina grillé	335,20	3,00	1.005,60
Cocina multiuso	4537,485	2	9074,97
Brostizador profesional	625,81	1,00	625,81
Cocina industrial a gas	1.880,00	1,00	1.880,00
Aspiradora industrial	350,25	2,00	700,50
Plancha industrial (a vapor)	370,50	1,00	370,50
Cuarto frío (frigorífico)	18000	1	18000
Aires acondicionados split	925,00	60,00	55.500,00
Repostero para materiales de	85,00	1,00	85,00
Televisor LCD 36"	600,00	63,00	37.800,00
Secadora de cabello	45,00	60,00	2.700,00
Calandra	11.000,00	1,00	11.000,00
mpacadora al vacío FoodSaver Os	800,00	1,00	800,00
Vaporeira eléctrica digital	200,00	1,00	200,00
artén eléctrico en acero inoxidable	340,00	1,00	340,00
idora de pedestal de 12 velocidades	280,00	1,00	280,00
Cuchillo eléctrico	50,00	1,00	50,00
Picadora de Carne	300,00	1,00	300,00
Picadora de Hielo	350,00	1,00	350,00
Caja Registradora Uniwell Nx-5400	499,00	2,00	499,00
Caja Fuerte	60,00	60,00	3.600,00
Refrigeradora y congeladora	1.655,00	2,00	3.310,00
Hielera maquina de hielo	450,00	1,00	450,00
Exprimidor de limón	5,00	2,00	10,00
Extractor de jugos	69,00	2,00	138,00
Cafetera	40,00	1,00	40,00
Extractor de olores	800,00	2,00	1.600,00
Abrelatas Electrico	38,00	1,00	38,00
Sacorchos Electricos	50,00	1,00	50,00
Lavadoras	1.000,00	2,00	2.000,00
Lavadoras en Seco	1.340,00	2,00	2.680,00
Carritos Maleteros	150,00	3,00	450,00
Escobas	1,80	10,00	18,00
Trapeadores	2,20	10,00	22,00
Mangueras industriales	12,00	10,00	120,00
Equipo área de piscina	2.900,00	2,00	5.800,00
Amplificadores	200,00	2,00	400,00
Microfonos Inalámbricos	50,00	2,00	100,00
Proyectores	500,00	2,00	1.000,00
Dispensadores de Agua	200,00	4,00	800,00
Teléfonos - Habitaciones	20,00	60,00	1.200,00
Lavavajillas	1.300,00	1,00	1.300,00
Total inversión en equipos y maquinarias			\$ 210.475,67



Muebles y Enseres

Detalle	Precio unitario (\$)	Cantidad	Precio Total (\$)
Camas	700,00	107	74.900,00
Veladores	45,00	120	5.400,00
Cómoda con espejo	90,00	60	5.400,00
Sillas para dormitorio	70,00	98	6.860,00
Muebles para dormitorio	190,00	54	10.260,00
Sillones para salón de ejecutivos	400,00	15	6.000,00
Mesa para salón de ejecutivos	1050,00	1	1.050,00
Lamparas para veladores	50,00	97	4.850,00
Lamparas para mini comodas	39,00	60	2.340,00
Cuadros	15,00	107	1.605,00
Juego de Cortinas	86,00	60	5.160,00
Muebles para sala de estar	330,00	5	1.650,00
Cuadros para sala de estar	25,00	5	125,00
Mesas para sala de estar	79,98	5	399,90
Alfombras para habitaciones	20,00	120	2.400,00
Alfombras para baño	19,50	60	1.170,00
Mesa para lavandería	241,00	1	241,00
Juego de Sala para Suites Simples y Dobles	489,00	6	2.934,00
Sillas plásticas para salón múltiple	10,00	100	1.000,00
Sillas playeras con mesa- Piscina	85,00	15	1.275,00
Adornos (centro de mesa)	10,00	75	750,00
Mesas de plastico para salon de eventos	20,00	30	600,00
inas o Mostradores de Alimentos en restaura	510,50	3	1.531,50
Mostrador para tarjetas de habitaciones	100,00	1	100,00
Pizarra 120x 180- Sala de Directorio	100,00	1	100,00
Mesa para lavandería	200,00	2	400,00
Espejo de lavadero	10,00	60	600,00
Escritorio grande con silla en cuarto	400,00	60	24.000,00
Mesas y sillas área de piscina	100,00	4	400,00
Juego de comedor para restaurante x 4	585,00	25	14.625,00
Manteles para salón	25,00	5,00	125,00
Juego de manteles para restaurante	50,00	25,00	1.250,00
Pelota playera	10,00	4,00	40,00
tachos de Basura habitaciones, administració	6,00	73,00	438,00
Tachos de Basura ecológicos x4	80,00	4,00	320,00
Escobas	3,00	3,00	9,00
Trapeadores	5,00	3,00	15,00
Armadores	15,30	240,00	1.836,00
Cesta para ropa sucia	3,00	60,00	180,00
Llave electrónica	5,42	60,00	325,01
Reservorios para shampoo, rinse y/o jabón	8,00	120,00	960,00

Total inversión en Muebles y Enseres	\$ 183.624,41
---	----------------------



Equipos de Computación

Detalle	Cantidad	Precio unitario (\$)	Precio total (\$)	Destino		
				Áreas	Personal	Unidades
Computadora de escritorio full equipada	10	540	5.400	Administrativa	Gerente General	1
					Asistente de gerencia	1
					Gerente de operaciones	1
					Coordinador de marketing y ventas	1
					Coordinador de RRHH	1
					Contador	1
					Asistente contable	1
				A & B	Cajero de restaurante	1
Habitaciones	Recepcionista	2				
Impresoras	3	450	1.350	Administrativa	Gerencia y financiero	3

Valor total inversión en Equipos de Computación \$ 6.750



Equipos de Oficina

Área	Detalle	Cantidad	Precio unitario (\$)	Precio Total (\$)
Administrativa	Teléfonos	11	20,00	220,00
	Papeleras	11	7,00	77,00
Contabilidad	Calculadoras	2	15,00	30,00
RRHH	Cajoneras- archivadoras	2	250,00	500,00
Recepción	Fax	1	200,00	200,00

Total inversión en Equipos de Oficina	\$ 1.027,00
--	--------------------

Vehículos

Área	Detalle	Unidad	Precio (\$)	Total (\$)
Transporte de Huéspedes	Furgoneta 20 personas	1	30.000,00	30.000,00
Restaurante	Camioneta 4x4	1	16.000,00	16.000,00

Total inversión en Vehículos	\$ 46.000,00
-------------------------------------	---------------------



Suministros de cocina

Detalle	Precio unitario (\$)	Cantidad	Precio Total (\$)
Vajillas- Ceviche	15,00	30	450,00
Juego de tasas para café o té	10,00	25	250,00
Juego de Vajillas	45,00	25	1.125,00
Juego de cubiertos	60,00	25	1.500,00
Juego de cuchillo para postre	7,92	24	190,08
Juego de cuchillo para pan	7,85	24	188,40
Ollas	150,00	8	1.200,00
Sartenes	80,00	12	960,00
Cucharones	35,00	8	280,00
Cernidor	60,00	2	120,00
Pica todo	45,00	1	45,00
Batidora	120,00	2	240,00
Exprimidor de frutas	60,00	4	240,00
Exprimidor de limones	0,60	30	18,00
Olla a presion	40,00	3	120,00
Tamalera o banio maria	35,00	2	70,00
Medidores de shots para bebidas	25,00	4	100,00
Recipientes para servir y para guardar para piqueos variados	15,00	6	90,00
Juego completo de copas	55,00	20	1.100,00
Juego completo de vasos	25,00	20	500,00
Saleros y Pimenteros	15,40	40	616,00
Servilleteros	5,00	40	200,00
Divisor de platos	45,00	4	180,00
Total inversión en Suministros de Cocina			\$ 9.782,48



ANEXO – J

CUADRO DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

INVERSIONES	Inversion	Primer	Segundo	Total Nueva	%	Total	% total	ACTIVOS FINANCIADOS	
	Existente	semestre	semestre	Inversion		Proyecto	Proyecto	IFI	BF
ACTIVOS FIJOS									
Terrenos	300.000,0000	0,00	0,00	0,00	0,00	300.000,00	14,23	0,00	0,00
Obras civiles		659.279,31	659.279,31	1.318.558,62	74,24	1.318.558,62	62,55	1.200.000,00	118.558,62
Equipos y Maquinarias		21.047,57	189.428,10	210.475,67	11,85	210.475,67	9,98	43.309,27	167.166,40
Vehículos	16.000,0000	12.000,00	18.000,00	30.000,00	1,69	46.000,00	2,18	0,00	30.000,00
Muebles y Enseres		36.724,88	146.899,53	183.624,41	10,34	183.624,41	8,71	0,00	183.624,41
Equipos de oficina		102,70	924,30	1.027,00	0,06	1.027,00	0,05	0,00	1.027,00
Suministros de cocina		1.956,50	7.825,98	9.782,48	0,55	9.782,48	0,46	0,00	9.782,48
Equipos de computación		675,00	6.075,00	6.750,00	0,38	6.750,00	0,32	0,00	6.750,00
Gastos preoperativos		12.750,33	3.187,58	15.937,92	0,90	31.875,83	1,51	0,00	15.937,92
SUB TOTAL AC. FIJOS	316.000,00	744.536,29	1.031.619,81	1.776.156,09	100,00	2.108.094,01	100,00	1.243.309,27	532.846,82
Capital de trabajo neto	0,00	0,00	5.000,00	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.000,00
TOTAL INVERSIONES	316.000,00	744.536,29	1.036.619,81	1.781.156,09	100,00	2.097.156,09	100,00	1.243.309,27	537.846,82
FINANCIAMIENTO (Estructura)									
INSTITUCIONES FINANCIERAS	0,00	600.000,00	643.309,27	1.243.309,27	69,80	1.243.309,27	59,29		
Recursos Propios	316.000,00	144.536,29	393.310,54	537.846,83	30,20	853.846,83	40,71		
TOTAL FINANCIAMIENTO	316.000,00	744.536,29	1.036.619,81	1.781.156,09	100,00	2.097.156,09	100,0		



ANEXO – K

TABLA DE AMORTIZACION

BENEFICIARIO		0				
IFI's		CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL				
MONTO USD	1.243.309	T. EFECTIVA		0		
TASA	10,00%	PLAZO		10 años		
GRACIA	2	FECHA DE INICIO		2-ene-12		
MONEDA	DOLARES	CAPITALIZABLE		180 días		
PERIODOS	16	para amortizar capital				
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO	C. Financ anual
0		1.243.309,27				
1	30-jun-12	1.243.309,27	0,00	0,00	0,00	
2	27-dic-12	1.243.309,27	0,00	0,00	0,00	0,00
3	25-jun-13	1.243.309,27	0,00	0,00	0,00	
4	22-dic-13	1.243.309,27	0,00	0,00	0,00	0,00
5	20-jun-14	1.165.602,44	77.147,72	77.706,83	154.854,55	
6	17-dic-14	1.087.895,61	73.262,38	77.706,83	150.969,21	150.410,10
7	15-jun-15	1.010.188,78	69.377,04	77.706,83	147.083,87	
8	12-dic-15	932.481,95	65.491,70	77.706,83	143.198,53	134.868,74
9	9-jun-16	854.775,12	61.606,36	77.706,83	139.313,19	
10	6-dic-16	777.068,29	57.721,02	77.706,83	135.427,84	119.327,37
11	4-jun-17	699.361,46	53.835,67	77.706,83	131.542,50	
12	1-dic-17	621.654,63	49.950,33	77.706,83	127.657,16	103.786,01
13	30-may-18	543.947,80	46.064,99	77.706,83	123.771,82	
14	26-nov-18	466.240,97	42.179,65	77.706,83	119.886,48	88.244,64
15	25-may-19	388.534,15	38.294,31	77.706,83	116.001,14	
16	21-nov-19	310.827,32	34.408,97	77.706,83	112.115,80	72.703,27
17	19-may-20	233.120,49	30.523,63	77.706,83	108.230,45	
18	15-nov-20	155.413,66	26.638,28	77.706,83	104.345,11	57.161,91
19	14-may-21	77.706,83	22.752,94	77.706,83	100.459,77	
20	10-nov-21	0,00	18.867,60	77.706,83	96.574,43	41.620,54
			768.122,59	1.243.309,27	2.011.431,85	768.122,59



ANEXO - L

HOTEL BRISAS DE SANTAY

PREMISAS			
Tipo de habitaciones:	Número de	Área	División porcentu
Habitaciones simples	22	15,82 m ²	37%
Habitaciones dobles	20	33,99 m ²	33%
Habitaciones triples	12	37,15 m ²	20%
Suites simples	3	41,84 m ²	5%
Suites dobles	3	41,84 m ²	5%
	60		100%
Salas de eventos:			
Salón múltiple	1	1142,08 m ²	
Salón de ejecutivos	1	350,00 m ²	
Cantidad máxima de personas a albergar			132
Horario de check-in	Desde las		14h00
Horario de check-out	Hasta las		12h00
Consideraciones:			
	Temporada Alta (T/A)		Temporada Baja (T/B)
	Marzo		Noviembre
	Abril		Diciembre
	Mayo		Enero
	Junio		Febrero
	Julio		
	Agosto		
	Septiembre		
	Octubre		
Tarifa de precios:			
	Temporada Alta (\$)	Temporada Baja (\$)	
Habitación simple	50	40	
Habitación doble	65	52	
Habitación triple	80	64	
Suite simple	95	76	
Suite doble	107	85,6	
Horarios de atención:			
Hotel Brisas de Santay	24 horas del día		
Servicios e instalaciones			
Alojamiento			
Salón de ejecutivos			
Salón múltiple			
Estacionamiento dentro del hotel			
Restaurante			
Bar karaoke			
Piscina			
Peluquería & Spa			
Gimnasio			
Vehículos de traslado			



ANEXO - M

Estimación de la demanda

Cartera de productos	Capacidad instalada	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022	
		T/A	T/B	T/A	T/B	T/A	T/B	T/A	T/B	T/A	T/B	T/A	T/B	T/A	T/B	T/A	T/B	T/A	T/B	T/A	T/B
Habitación simple	22	2.213	1.106	2.301	1.151	2.324	1.162	2.347	1.174	2.371	1.185	2.395	1.197	2.419	1.209	2.443	1.221	2.467	1.234	2.492	1.246
Habitación doble	20	2.213	1.106	2.301	1.151	2.324	1.162	2.347	1.174	2.371	1.185	2.395	1.197	2.419	1.209	2.443	1.221	2.467	1.234	2.492	1.246
Habitación triple	12	1.383	691	1.438	719	1.453	726	1.467	734	1.482	741	1.497	748	1.512	756	1.527	763	1.542	771	1.557	779
Suite simple	3	553	277	575	288	581	291	587	293	593	296	599	299	605	302	611	305	617	308	623	311
Suite doble	3	553	277	575	288	581	291	587	293	593	296	599	299	605	302	611	305	617	308	623	311
Restaurante	1	7.555	3.697	7.630	3.734	7.706	3.772	7.784	3.809	7.861	3.847	7.940	3.886	8.019	3.925	8.100	3.964	8.181	4.004	8.262	4.044
Salón múltiple	1	61	46	62	47	63	47	63	47	64	48	65	48	65	49	66	49	67	50	67	50
Salón para ejecutivos	1	23	12	23	12	24	12	24	12	24	12	24	12	24	12	25	12	25	12	25	13
Total visitantes por temporada		6.915	3.457	7.191	3.596	7.263	3.632	7.336	3.668	7.409	3.705	7.483	3.742	7.558	3.779	7.634	3.817	7.710	3.855	7.787	3.894

Fórmula:

$\text{Demanda alojamiento T/A} = [(\# \text{ Hej} * \text{DeHejBS}) * \text{Meses T/A}] + [(\text{He} * \text{DeHeBS}) * \text{Meses T/A}] + [(\text{Hx} * \text{DeHxBS}) * \text{Meses T/A}]$

$\text{Demanda alojamiento T/B} = [(\# \text{ Hej} * \text{DeHejBS}) * \text{Meses T/B}] + [(\text{He} * \text{DeHeBS}) * \text{Meses T/B}] + [(\text{Hx} * \text{DeHxBS}) * \text{Meses T/B}]$

Datos para el cálculo de la demanda de alojamiento:

ejecutivos que trabajan en Duran (Hej)	1.512
Demanda esperada de ejecutivos (DeHJB)	45%
Meses de temporada alta	8
Meses de temporada baja	4
Población nacional (He)	6.089.428
Demanda esperada p. nacional (DeHeBS)	0,003%
Turistas extranjeros (Hx)	62.269
Demanda esperada t. extranjeros (DeHxBS)	0,002%

Porcentaje ocupacional

# habitaciones disponibles al año	21.600
Nivel de ocupación en T/A de alojamiento	32%
Nivel de ocupación en T/B de alojamiento	16%
Nivel de ocupación anual de alojamiento	48%

Datos para el cálculo de la demanda del restaurante:

Cientes internos	
# mesas	25
# sillas	100
# sillas disponibles	36.000
Nivel de ocupación en T/A del restaur	19%
Nivel de ocupación en T/B del restaur	10%

(*) Para muestra del cálculo se consideró únicamente el año 2013. Se incrementará en un 4% anual

Frecuencia diaria (fqtv) 2
Premisa (pms) 50% del total de visitantes al hotel por temporada

Cientes externos

Frecuencia diaria (fqce) 1
Supuesto:
visitantes T/I (ceBS) 640
visitantes T/B (ceBS) 240

Fórmula:

$\text{Demanda restaurante} = (\text{tvBS} * \text{pms} * \text{fqtv}) + (\text{ceBS} * \text{fqce})$

tvBS = total visitantes por temporada

Datos para el cálculo de la demanda del salón múltiple/ Datos para el cálculo de la demanda de la sala de ejecutivos:

# empresas en Durán (empD)	48	# empresas en Durán (empD)	48
Premisa (pms)	4%	Premisa (pms)	1,50%
Frecuencia en T/A semanal (fq)	1	Frecuencia en semanal (fq)	1
Frecuencia en T/B semanal (fq)	1,5	Cap. promedio de alquiler	12
Cap. promedio de alquiler	50	# horas promedio de alquiler	4,5
# horas promedio de alquiler	3		

Fórmula:

$\text{Demanda esperada salón múltiple y de ejecutivos} = \text{empD} * \text{pms} * \text{fq}$



ANEXO – N

INGRESOS ESTIMADOS

POR VENTAS

UNIDAD

(Expresado en dólares)

Habitaciones simples

UNIDAD

Habitaciones dobles

UNIDAD

Habitaciones triples

UNIDAD

Suites simples

UNIDAD

Suites dobles

UNIDAD

Restaurante

UNIDAD

Salón múltiple

UNIDAD

Salón de ejecutivos

UNIDAD

UNIDAD	PERIODO 2013			PERIODO 2014			PERIODO 2015			PERIODO 2016			PERIODO 2017		
	T/A	T/B	TOTAL	T/A	T/B	TOTAL	T/A	T/B	TOTAL	T/A	T/B	TOTAL	T/A	T/B	TOTAL
Habitaciones simples	110.634,01	44.253,60	154.887,62	115.059,37	46.023,75	161.083,12	119.661,75	47.864,70	167.526,45	124.448,22	49.779,29	174.227,50	129.426,15	51.770,46	181.196,60
Habitaciones dobles	143.824,22	57.529,69	201.353,90	149.577,18	59.830,87	209.408,06	155.560,27	62.224,11	217.784,38	161.782,68	64.713,07	226.495,76	168.253,99	67.301,60	235.555,59
Habitaciones triples	110.634,01	44.253,60	154.887,62	115.059,37	46.023,75	161.083,12	119.661,75	47.864,70	167.526,45	124.448,22	49.779,29	174.227,50	129.426,15	51.770,46	181.196,60
Suites simples	52.551,16	21.020,46	73.571,62	54.653,20	21.861,28	76.514,48	56.839,33	22.735,73	79.575,06	59.112,90	23.645,16	82.758,06	61.477,42	24.590,97	86.068,39
Suites dobles	59.189,20	23.675,68	82.864,88	61.556,76	24.622,71	86.179,47	64.019,03	25.607,61	89.626,65	66.579,80	26.631,92	93.211,71	69.242,99	27.697,20	96.940,18
Restaurante	44.326,77	21.693,98	66.020,75	46.099,84	22.561,74	68.661,58	47.943,83	23.464,21	71.408,04	49.861,58	24.402,78	74.264,36	51.856,05	25.378,89	77.234,94
Salón múltiple	36.609,94	27.457,46	64.067,40	38.074,34	28.555,76	66.630,10	39.597,31	29.697,99	69.295,30	41.181,21	30.885,91	72.067,11	42.828,46	32.121,34	74.949,80
Salón de ejecutivos	6.204,30	3.102,15	9.306,44	6.452,47	3.226,23	9.678,70	6.710,57	3.355,28	10.065,85	6.978,99	3.489,49	10.468,48	7.258,15	3.629,07	10.887,22
	563.973,60	242.986,63	806.960,22	586.532,54	252.706,09	839.238,63	609.993,84	262.814,33	872.808,18	634.393,60	273.326,91	907.720,51	659.769,34	284.259,98	944.029,33

PERIODO 2018			PERIODO 2019			PERIODO 2020			PERIODO 2021			PERIODO 2022		
T/A	T/B	TOTAL	T/A	T/B	TOTAL	T/A	T/B	TOTAL	T/A	T/B	TOTAL	T/A	T/B	TOTAL
134.603,19	53.841,28	188.444,47	139.987,32	55.994,93	195.982,25	145.586,81	58.234,72	203.821,54	151.410,28	60.564,11	211.974,40	157.466,70	62.986,68	220.453,37
174.984,15	69.993,66	244.977,81	181.983,52	72.793,41	254.776,92	189.262,86	75.705,14	264.968,00	196.833,37	78.733,35	275.566,72	204.706,71	81.882,68	286.589,39
134.603,19	53.841,28	188.444,47	139.987,32	55.994,93	195.982,25	145.586,81	58.234,72	203.821,54	151.410,28	60.564,11	211.974,40	157.466,70	62.986,68	220.453,37
63.936,52	25.574,61	89.511,12	66.493,98	26.597,59	93.091,57	69.153,74	27.661,49	96.815,23	71.919,89	28.767,95	100.687,84	74.796,68	29.918,67	104.715,35
72.012,71	28.805,08	100.817,79	74.893,22	29.957,29	104.850,50	77.888,94	31.155,58	109.044,52	81.004,50	32.401,80	113.406,30	84.244,68	33.697,87	117.942,56
53.930,29	26.394,05	80.324,34	56.087,50	27.449,81	83.537,31	58.331,00	28.547,80	86.878,80	60.664,24	29.689,71	90.353,96	63.090,81	30.877,30	93.968,11
44.541,59	33.406,20	77.947,79	46.323,26	34.742,44	81.065,70	48.176,19	36.132,14	84.308,33	50.103,24	37.577,43	87.680,66	52.107,36	39.080,52	91.187,89
7.548,48	3.774,24	11.322,71	7.850,41	3.925,21	11.775,62	8.164,43	4.082,22	12.246,65	8.491,01	4.245,50	12.736,51	8.830,65	4.415,32	13.245,97
686.160,12	295.630,38	981.790,50	713.606,52	307.455,60	1.021.062,12	742.150,78	319.753,82	1.061.904,60	771.836,81	332.543,98	1.104.380,79	802.710,28	345.845,73	1.148.556,02



ANEXO – O

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

PERIODO:	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
MATERIA PRIMA	78.059,94	35.637,94	35.637,94	78.059,94	35.637,94	35.637,94	78.059,94	35.637,94	35.637,94	78.059,94
MANO DE OBRA DIRECTA	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58
MANO DE OBRA INDIRECTA	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN										
Gastos que representan desembolso:										
Remuneraciones	69.933,50	69.933,50	69.933,50	69.933,50	69.933,50	69.933,50	69.933,50	69.933,50	69.933,50	69.933,50
Papelería	1.730,00	1.730,00	1.730,00	1.730,00	1.730,00	1.730,00	1.730,00	1.730,00	1.730,00	1.730,00
	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50
GASTOS FINANCIEROS										
Costo financiero	0,00	150.410,10	134.868,74	119.327,37	103.786,01	88.244,64	72.703,27	57.161,91	41.620,54	0,00
	0,00	150.410,10	134.868,74	119.327,37	103.786,01	88.244,64	72.703,27	57.161,91	41.620,54	0,00
GASTOS DE VENTAS										
Gastos que representan desembolso:										
Gastos de transporte y uniformes	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440
Gastos de publicidad y marketing	15.800	15.800	15.800	15.800	15.800	15.800	15.800	15.800	15.800	15.800
Gastos suministros de oficina	1.730,00	1.730	1.730	1.730	1.730	1.730	1.730	1.730	1.730	1.730
	18.970	18.970	18.970	18.970	18.970	18.970	18.970	18.970	18.970	18.970
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN										
Gastos que representan desembolso:										
AGUA	5.400,00	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400
ENERGÍA ELÉCTRICA	9.600,00	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600
TELEFONO/CABLE TV/ INTERNET	9.000,00	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
SEGUROS	1.500,00	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Reparación y Mantenimiento	2.000,00	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Implementos de cocina	252,00	252	252	252	252	252	252	252	252	252
ARTÍCULOS DE LIMPIEZA	579,50	580	580	580	580	580	580	580	580	580
IMPREVISTOS %	1.375,00	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375
	29.707	29.707	29.707	29.707	29.707	29.707	29.707	29.707	29.707	29.707
Gastos que no representan desembolso:										
DEPRECIACIONES	120.151,47	120.151,47	120.151,47	114.640,64	114.640,64	105.440,64	105.440,64	105.440,64	105.440,64	105.440,64



ANEXO – P

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

(Expresado en dólares)

	2.012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Período preoperación:	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO
Ventas Netas		806.960,22	839.238,63	872.808,18	907.720,51	944.029,33	981.790,50	1.021.062,12	1.061.904,60	1.104.380,79	1.148.556,02
Costo de ventas (MP+ MOD+MOI+ CIF)		279.735,03	237.313,03	237.313,03	279.735,03	237.313,03	237.313,03	279.735,03	237.313,03	237.313,03	279.735,03
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		527.225,19	601.925,60	635.495,15	627.985,47	706.716,29	744.477,47	741.327,09	824.591,57	867.067,76	868.820,99
Gastos de ventas		18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00
Gastos de administración		71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50
Depreciación		120.151,47	120.151,47	120.151,47	114.640,64	114.640,64	105.440,64	105.440,64	105.440,64	105.440,64	105.440,64
Amortización		3.187,58	3.187,58	3.187,58	3.187,58	3.187,58	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL		313.252,64	387.953,05	421.522,60	419.523,75	498.254,57	548.403,33	545.252,95	628.517,43	670.993,62	672.746,85
Gastos financieros		0,00	150.410,10	134.868,74	119.327,37	103.786,01	88.244,64	72.703,27	57.161,91	41.620,54	0,00
Otros ingresos		88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85
UTILIDAD (PERD) ANTES PARTICIPACIÓN		401.265,49	325.555,80	374.666,71	388.209,23	482.481,42	548.171,54	560.562,52	659.368,37	717.385,92	760.759,70
Participación utilidades	15%	60.189,82	48.833,37	56.200,01	58.231,38	72.372,21	82.225,73	84.084,38	98.905,26	107.607,89	114.113,95
UTIL. (PERD.) ANTES IMP.RENTA		341.075,67	276.722,43	318.466,70	329.977,85	410.109,20	465.945,81	476.478,15	560.463,12	609.778,04	646.645,74
Impuesto a la renta %	25%	85.268,92	69.180,61	79.616,68	82.494,46	102.527,30	116.486,45	119.119,54	140.115,78	152.444,51	161.661,44
UTILIDAD (PERDIDA) NETA		255.806,75	207.541,82	238.850,03	247.483,38	307.581,90	349.459,36	357.358,61	420.347,34	457.333,53	484.984,31
Reserva Legal	10%	25.580,68	20.754,18	23.885,00	24.748,34	30.758,19	34.945,94	35.735,86	42.034,73	45.733,35	48.498,43
Utilidad Neta disponible		230.226,08	186.787,64	214.965,03	222.735,05	276.823,71	314.513,42	321.622,75	378.312,60	411.600,17	436.485,88



ANEXO - Q

FLUJO DE CAJA PROYECTADO (Expresado en dólares)

	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022
	Per. preoper.										
A. INGRESOS OPERACIONALES											
Recuperación por ventas		806.960,22	839.238,63	872.808,18	907.720,51	944.029,33	981.790,50	1.021.062,12	1.061.904,60	1.104.380,79	1.148.556,02
	0,00	806.960,22	839.238,63	872.808,18	907.720,51	944.029,33	981.790,50	1.021.062,12	1.061.904,60	1.104.380,79	1.148.556,02
B. EGRESOS OPERACIONALES											
Materia prima	0,00	78.059,94	35.637,94	35.637,94	78.059,94	35.637,94	35.637,94	78.059,94	35.637,94	35.637,94	78.059,94
MOD		82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58	82.061,58
MOI		89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02	89.907,02
Gastos de ventas	0,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00	18.970,00
Gastos de administración	0,00	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50	71.663,50
Gastos de fabricación	0,00	29.706,50	29.706,50	29.706,50	29.706,50	29.706,50	29.706,50	29.706,50	29.706,50	29.706,50	29.706,50
	0,00	370.368,53	327.946,53	327.946,53	370.368,53	327.946,53	327.946,53	370.368,53	327.946,53	327.946,53	370.368,53
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0,00	436.591,69	511.292,10	544.861,65	537.351,97	616.082,79	653.843,97	650.693,59	733.958,07	776.434,26	778.187,49
D. INGRESOS NO OPERACIONALES											
Créditos a contratarse a largo plazo	1.243.309,27	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ingresos por Aporte de Capital	537.846,83	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros ingresos	0,00	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85
	1.781.156,09	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85	88.012,85
E. EGRESOS NO OPERACIONALES											
Pago de intereses	0,00	0,00	150.410,10	134.868,74	119.327,37	103.786,01	88.244,64	72.703,27	57.161,91	41.620,54	0,00
Pago de principal		0,00	155.413,66	155.413,66	155.413,66	155.413,66	155.413,66	155.413,66	155.413,66	155.413,66	0,00
Pago participación de utilidades	0,00	0,00	60.189,82	48.833,37	56.200,01	58.231,38	72.372,21	82.225,73	84.084,38	98.905,26	107.607,89
Pago de impuestos	0,00	0,00	85.268,92	69.180,61	79.616,68	82.494,46	102.527,30	116.486,45	119.119,54	140.115,78	152.444,51
Adquisición de activos fijos:											
Terrenos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Edificios	1.318.558,62	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Maquinarias y equipos	210.475,67	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres	183.624,41	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de computación	6.750,00										
Vehículos	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Oficina	1.027,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Suministros de cocina	9.782,48	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activos Diferidos											
Gastos Preoperativos	15.937,92										
	1.776.156,09	0,00	451.282,50	408.296,37	410.557,71	399.925,51	418.557,81	426.829,12	415.779,48	436.055,24	260.052,40
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	5.000,00	88.012,85	-363.269,65	-320.283,52	-322.544,86	-311.912,66	-330.544,96	-338.816,27	-327.766,63	-348.042,39	-172.039,55
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	5.000,00	524.604,54	148.022,45	224.578,12	214.807,11	304.170,13	323.299,01	311.877,32	406.191,44	428.391,87	606.147,94
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	5.000,00	529.604,54	677.626,99	902.205,11	1.117.012,23	1.421.182,36	1.744.481,37	2.056.358,69	2.462.550,13	2.890.942,00
I. SALDO FINAL DE CAJA (GHQ)	5.000,00	529.604,54	677.626,99	902.205,11	1.117.012,23	1.421.182,36	1.744.481,37	2.056.358,69	2.462.550,13	2.890.942,00	3.497.089,94



ANEXO - T

PUNTO DE EQUILIBRIO INCLUYENDO EL SERVICIO DE LA DEUDA

Se consideran únicamente datos de alojamiento

COSTO FIJO ANUAL	\$ 225.787,13	PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costo variable}}$	
PRECIO DE VENTA PROMEDIO	\$ 71,46		
COSTO VARIABLE PROMEDIO	\$ 2,28		
		PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{225.787}{71,46 - 2,28}$	
		P.E (u)	
		P.E anual	3.264
		P.E mensual	272
		P.E Diario	9
		P.E (\$)	
		233.234,38	
		19.436,20	
		647,87	
		Habitaciones	Dólares

PUNTO DE EQUILIBRIO	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
---------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Punto de Equilibrio Habitaciones	Anual	3.264	4.654	4.501	4.416	4.141	3.897	3.851	3.591	3.439	3.115
----------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Punto de Equilibrio Habitaciones	Mensual	272	388	375	368	345	325	321	299	287	260
----------------------------------	---------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Punto de Equilibrio Habitaciones	Diario	9	13	13	12	12	11	11	10	10	9
----------------------------------	--------	---	----	----	----	----	----	----	----	----	---

PUNTO DE EQUILIBRIO SIN INCLUIR EL SERVICIO DE LA DEUDA

Se consideran únicamente datos de alojamiento

COSTO FIJO ANUAL	\$ 225.787,13	Costos Fijos Totales			
		PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costo variable}}$			
PRECIO DE VENTA PROMEDIO	\$ 71,46				
COSTO VARIABLE PROMEDIO	\$ 2,28				
		PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{225.787}{71,46 - 2,28}$			
		P.E (u)		P.E (\$)	
		P.E anual	3.264	Habitaciones	233.234,38
		P.E mensual	272		19.436,20
		P.E Diario	9		647,87
					Dólares

PUNTO DE EQUILIBRIO	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
---------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Punto de Equilibrio Habitaciones	Anual	3.264	2.539	2.605	2.691	2.682	2.657	2.800	2.788	2.853	3.115
----------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Punto de Equilibrio Habitaciones	Mensual	272	212	217	224	223	221	233	232	238	260
----------------------------------	---------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Punto de Equilibrio Habitaciones	Diario	9	7	7	7	7	7	8	8	8	9
----------------------------------	--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---



ANEXO U

Análisis de Sensibilidad

Indicadores	Escenario Normal	Escenario Optimista		Escenario Pesimista				
		Costos ∇	demanda Δ	Δ Costos		TMAR	demanda ∇	
		20%	15%	20%	40%	20%	20%	21%
TIRF (Proyecto)	23,58%	24,88%	29,51%	20,65%	17,66%	23,58%	15,00%	14,55%
TIRF (accionistas)	36,32%	38,69%	47,78%	30,95%	25,67%	36,32%	20,97%	20,19%
VAN	714.441,19	827.154,88	1.250.097,30	465.354,38	216.267,58	243.020,02	233,05	-35.477,36

DECISIÓN

ACEPTABLE

NO ACEPTABLE



ANEXO V

Indicadores financieros

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
CAPITAL DE TRABAJO = Activo Corriente - Pasivo Corriente	384.145,80	559.613,01	766.388,43	976.286,38	1.246.282,85	1.545.769,18	1.853.154,77	2.223.529,09	2.630.889,60	3.221.314,55
ÍNDICES DE LIQUIDEZ = Activos corrientes/Pasivos Corrientes	364,09%	574,19%	664,28%	793,75%	812,57%	877,89%	1011,97%	1030,27%	1111,68%	1268,09%
ÍNDICES DE PRUEBA DEL ÁCIDO = Caja y Bcos./Pasivos Corrientes	364,09%	574,19%	664,28%	793,75%	812,57%	877,89%	1011,97%	1030,27%	1111,68%	1268,09%
RETORNO SOBRE PATRIMONIO (ROE) = Utilidad neta/ Patrimonio	20,75%	14,18%	13,81%	12,35%	13,11%	12,78%	11,41%	11,68%	11,14%	10,44%
RETORNO SOBRE ACTIVOS (ROA) = Utilidad Neta/ Activos totales	9,21%	7,40%	8,19%	8,18%	9,52%	10,06%	9,65%	10,41%	10,41%	9,79%
EFICIENCIA										
GASTOS DE OPERACIÓN Gastos de Operación/Ventas Netas	45,90%	39,08%	37,57%	40,80%	34,74%	33,40%	36,27%	30,88%	29,70%	32,25%
UTILIDAD GENERADA POR LA EMPRESA Utilidad Operacional/Ventas netas	54,10%	60,92%	62,43%	59,20%	65,26%	66,60%	63,73%	69,12%	70,30%	67,75%
APALANCAMIENTO										
APALANCAMIENTO FINANCIERO = Pasivos/Activos	55,59%	47,79%	40,71%	33,73%	27,39%	21,27%	15,43%	10,86%	6,57%	6,19%
ESTRUCTURA PATRIMONIAL = Patrimonio/Activos	44,41%	52,21%	59,29%	66,27%	72,61%	78,73%	84,57%	89,14%	93,43%	93,81%
ROTACIÓN										
ROTACIÓN DE ACTIVOS = Ventas Netas/Activos	32,30%	33,26%	33,26%	33,36%	32,47%	31,41%	30,64%	29,23%	27,92%	25,77%



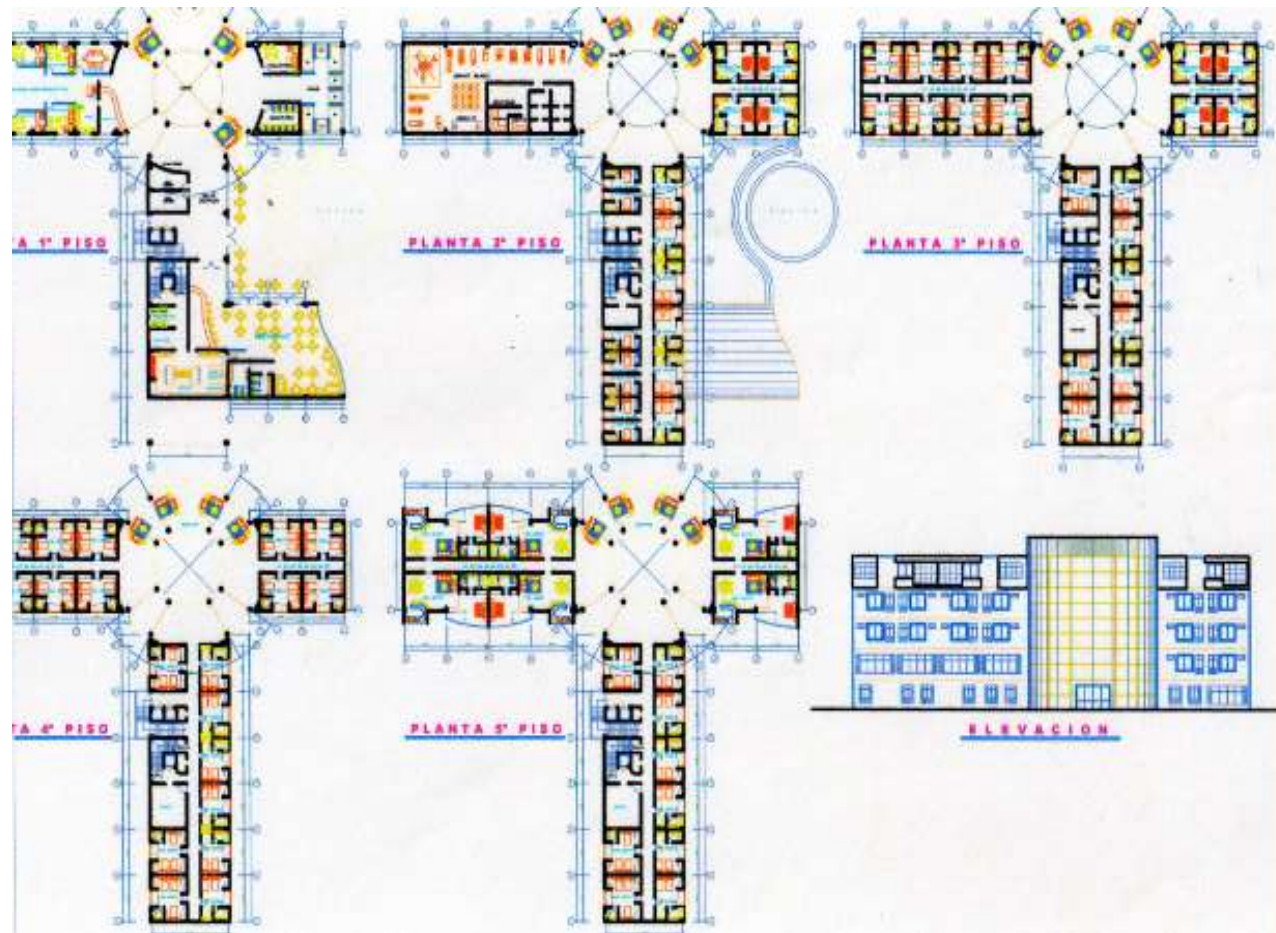
ANEXO W

Cuadro de provisiones

Expresado en dólares

Areas	Estructura de nómina fija	Clasificación	Número de empleados	Sueldo	Sueldos de todo del personal	11,15%	8,33%	1%	8,33%	\$ 22,00	4,17%	Total mensual	Total anual	Total anual por división
						Aporte Patronal	Fondos de Reserva	IECE / SECAP	13er sueldo	14to sueldo	Vacaciones			
Administrativa	Gerente General		1	900,00	900,00	100,35	75,00	9,00	75,00	22,00	37,50	1.218,85	14.626,20	
	Asistente de gerencia		1	450,00	450,00	50,18	37,50	4,50	37,50	22,00	18,75	620,43	7.445,10	
	Gerente de operaciones		1	625,00	625,00	69,69	52,08	6,25	52,08	22,00	26,04	853,15	10.237,75	
	Coordinador de marketing y ventas		1	550,00	550,00	61,33	45,83	5,50	45,83	22,00	22,92	753,41	9.040,90	
	Coordinador de RRHH		1	450,00	450,00	50,18	37,50	4,50	37,50	22,00	18,75	620,43	7.445,10	
	Coordinador de A & B		1	450,00	450,00	50,18	37,50	4,50	37,50	22,00	18,75	620,43	7.445,10	
	Contador		1	500,00	500,00	55,75	41,67	5,00	41,67	22,00	20,83	686,92	8.243,00	
	Asistente contable		1	325,00	325,00	36,24	27,08	3,25	27,08	22,00	13,54	454,20	5.450,35	
	Subtotal área administrativa			8	4.250,00	4.250,00	473,88	354,17	42,50	354,17	176,00	177,08	5.827,79	69.933,50
A & B	Mesero	M.O.I	2	280,00	560,00	62,44	46,67	5,60	46,67	22,00	23,33	766,71	9.200,48	MOI
	Cajero de restaurante		1	280,00	280,00	31,22	23,33	2,80	23,33	22,00	11,67	394,35	4.732,24	89.907,02
	Chef		1	600,00	600,00	66,90	50,00	6,00	50,00	22,00	25,00	819,90	9.838,80	
	Cocinero		2	390,00	780,00	86,97	65,00	7,80	65,00	22,00	32,50	1.059,27	12.711,24	
	Ayudante de cocina		2	320,00	640,00	71,36	53,33	6,40	53,33	22,00	26,67	873,09	10.477,12	
	Steward		2	264,00	528,00	58,87	44,00	5,28	44,00	22,00	22,00	724,15	8.689,82	
	Subtotal área A & B			10	2.134,00	3.388,00	377,76	282,33	33,88	282,33	132,00	141,17	4.637,48	55.649,70
Seguridad y mantenimiento	Supervisor de seguridad y mantenimiento	M.O.I	1	400,00	400,00	44,60	33,33	4,00	33,33	22,00	16,67	553,93	6.647,20	
	Guardia lobby e ingreso personal		2	340,00	680,00	75,82	56,67	6,80	56,67	22,00	28,33	926,29	11.115,44	
	Operario de mantenimiento		1	420,00	420,00	46,83	35,00	4,20	35,00	22,00	17,50	580,53	6.966,36	
	Subtotal área de Seguridad y mantenimiento		4	1.160,00	1.500,00	167,25	125,00	15,00	125,00	66,00	62,50	2.060,75	24.729,00	
Habitaciones / Pisos	Ama de llaves	M.O.D	1	400,00	400	44,60	33,33	4,00	33,33	22,00	16,67	553,93	6.647,20	MOD
	Camarera		4	350,00	1400	156,10	116,67	14,00	116,67	22,00	58,33	1.883,77	22.605,20	82.061,58
	Encargado de limpieza		2	310,00	620	69,13	51,67	6,20	51,67	22,00	25,83	846,50	10.157,96	
	Auditor nocturno		2	340,00	680	75,82	56,67	6,80	56,67	22,00	28,33	926,29	11.115,44	
	Recepcionista		2	330,00	660	73,59	55,00	6,60	55,00	22,00	27,50	899,69	10.796,28	
	Botones		2	300,00	600	66,90	50,00	6,00	50,00	22,00	25,00	819,90	9.838,80	
	Operario de lavandería		1	300,00	300	33,45	25,00	3,00	25,00	22,00	12,50	420,95	5.051,40	
	Encargado de bodegas y compras		1	350,00	350	39,03	29,17	3,50	29,17	22,00	14,58	487,44	5.849,30	
Subtotal área de habitaciones y pisos		15	2.680,00	5.010,00	558,62	417,50	50,10	417,50	176,00	208,75	6.838,47	82.061,58		
Traslado y guía turísticos	Chofer	M.O.I	1	300,00	300	33,45	25,00	3,00	25,00	22,00	12,50	420,95	5.051,40	
	Guías turísticos		1	264,00	264	29,436	22,00	2,64	22,00	22,00	11,00	373,08	4.476,91	
	Subtotal área de traslado y guías turísticos		2	564,00	564,00	62,89	47,00	5,64	47,00	44,00	23,50	794,03	9.528,31	
Totales			39	\$ 10.788,00	\$ 14.712,00	\$ 1.640,39	\$ 1.226,00	\$ 147,12	\$ 1.226,00	\$ 594,00	\$ 613,00	\$ 20.158,51	\$ 241.902,10	

ANEXO 0



Realización de diseños por: Arq. Johanna Moncada

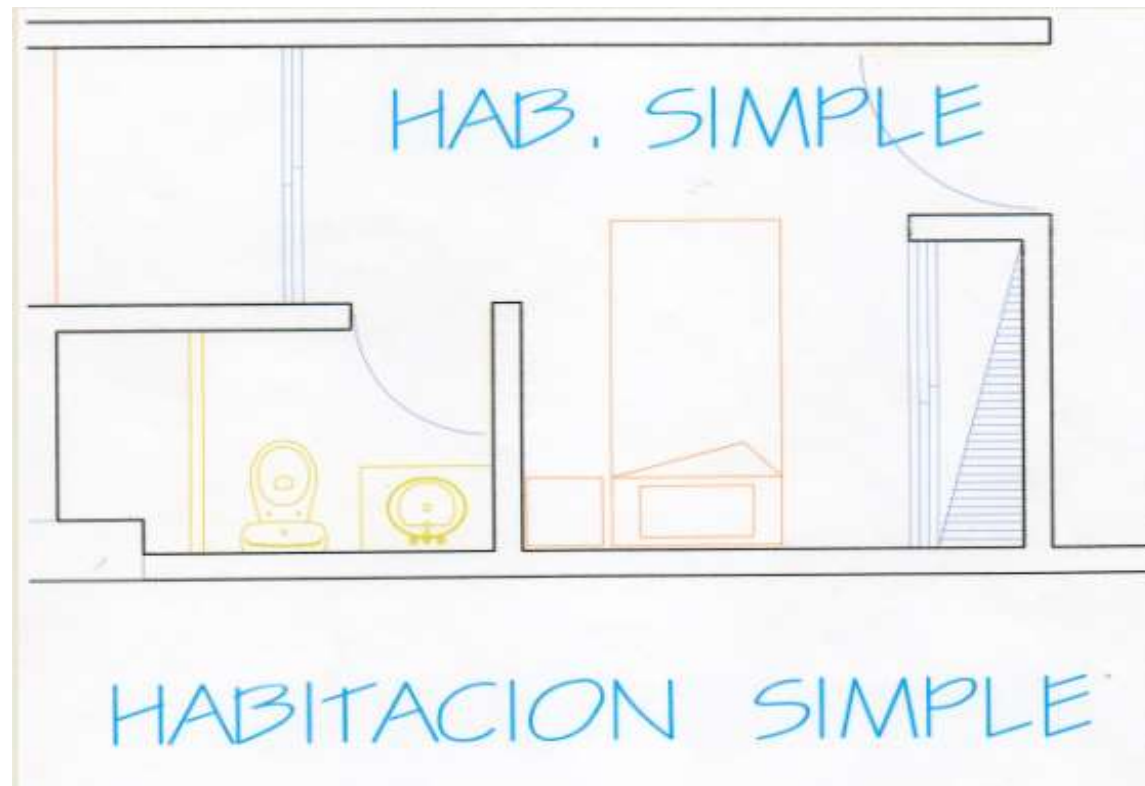
ANEXO i

FACHADA DEL HOTEL BRISAS DE SANTAY



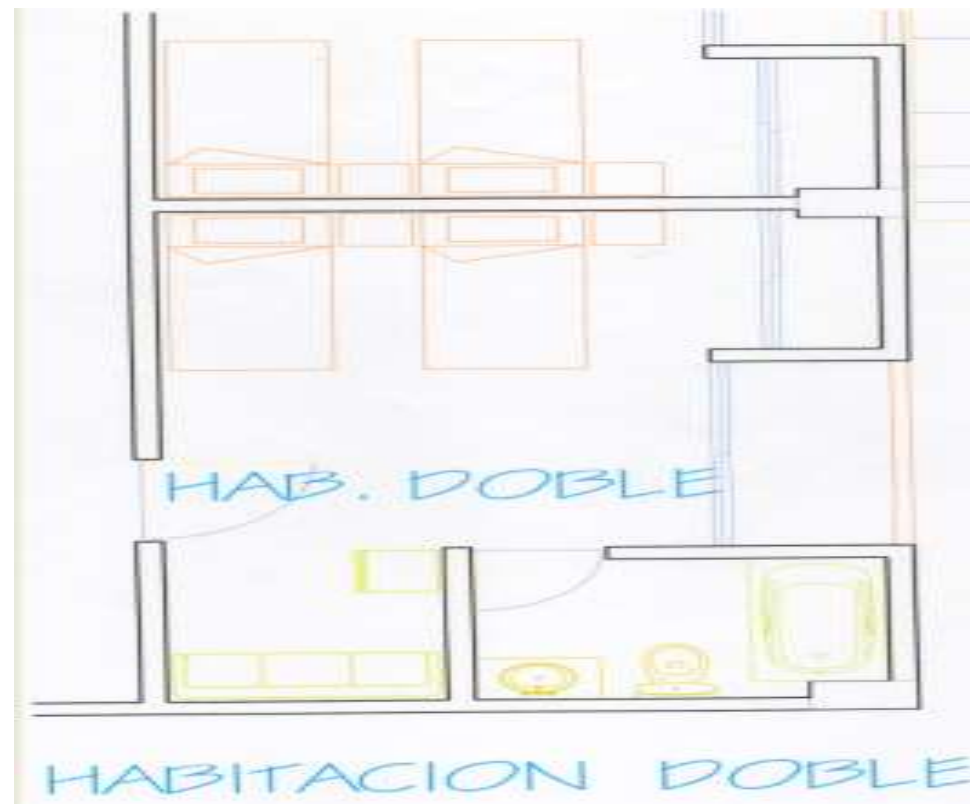
ANEXO ii

DISEÑO DE LA HABITACIÓN SIMPLE



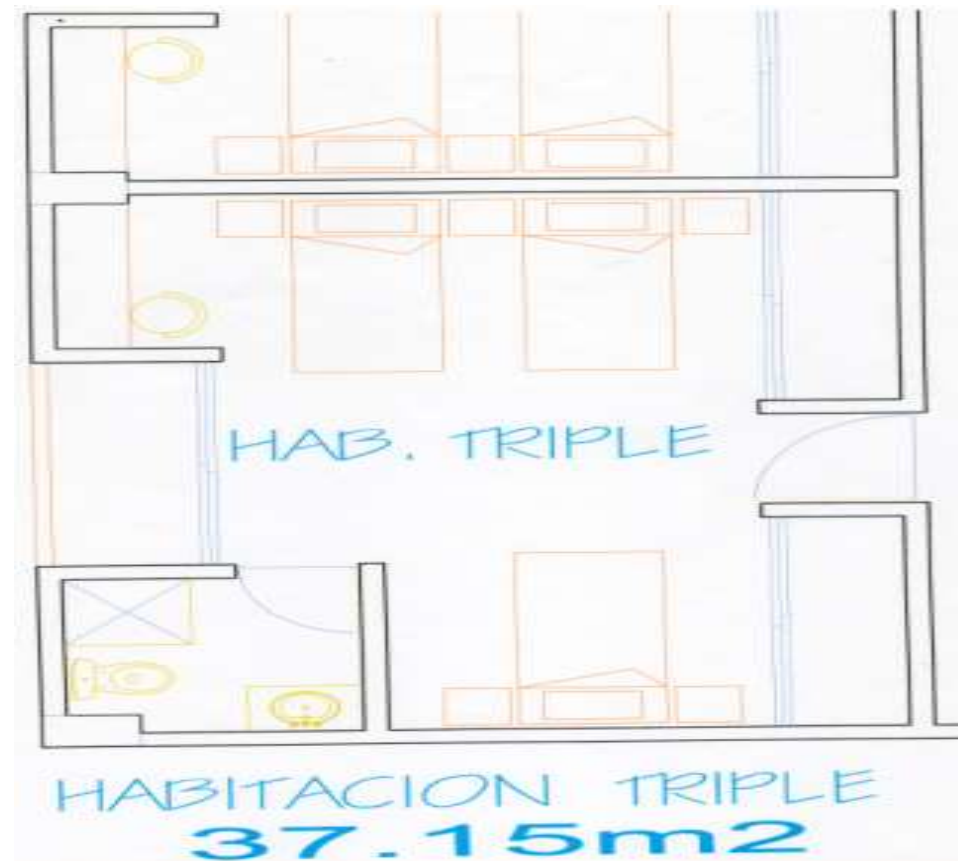
ANEXO iii

DISEÑO DE LA HABITACIÓN DOBLE



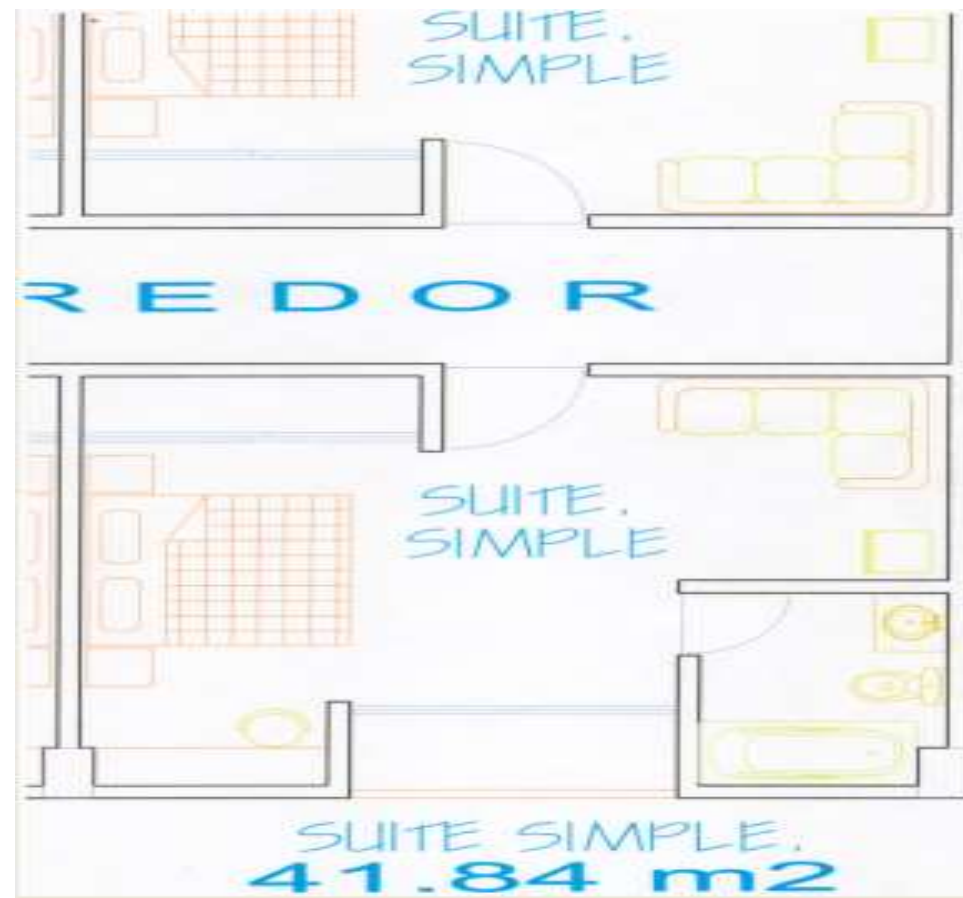
ANEXO iv

DISEÑO DE LA HABITACIÓN TRIPLE



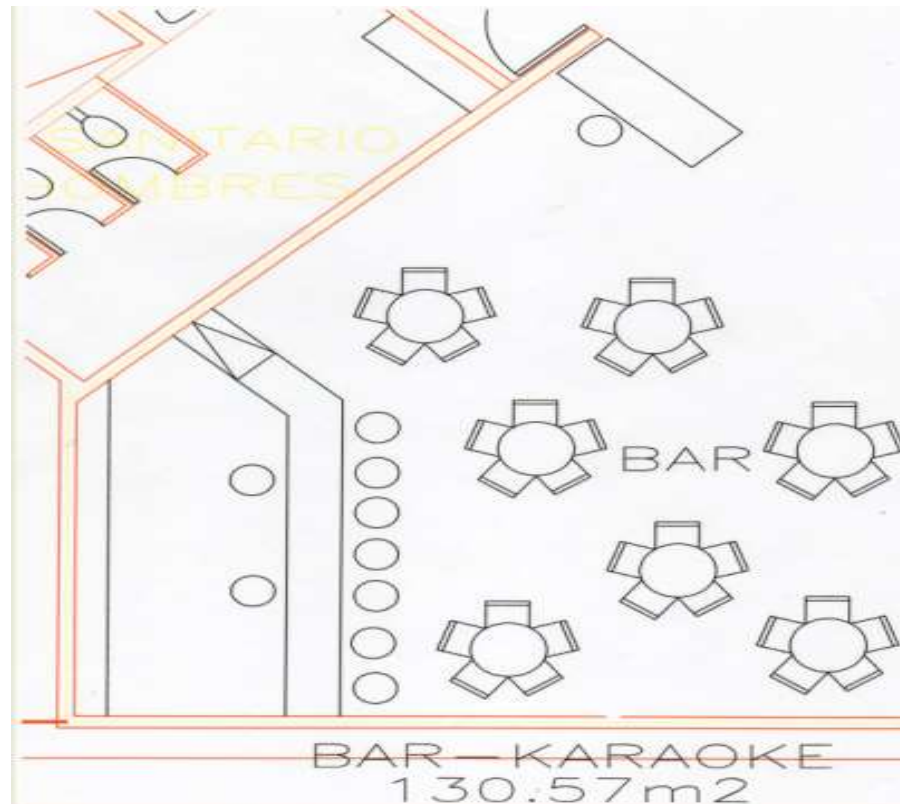
ANEXO v

DISEÑO DE LA SUITE SIMPLE



ANEXO vi

DISEÑO DEL ESPACIO PARA BAR KARAOKE



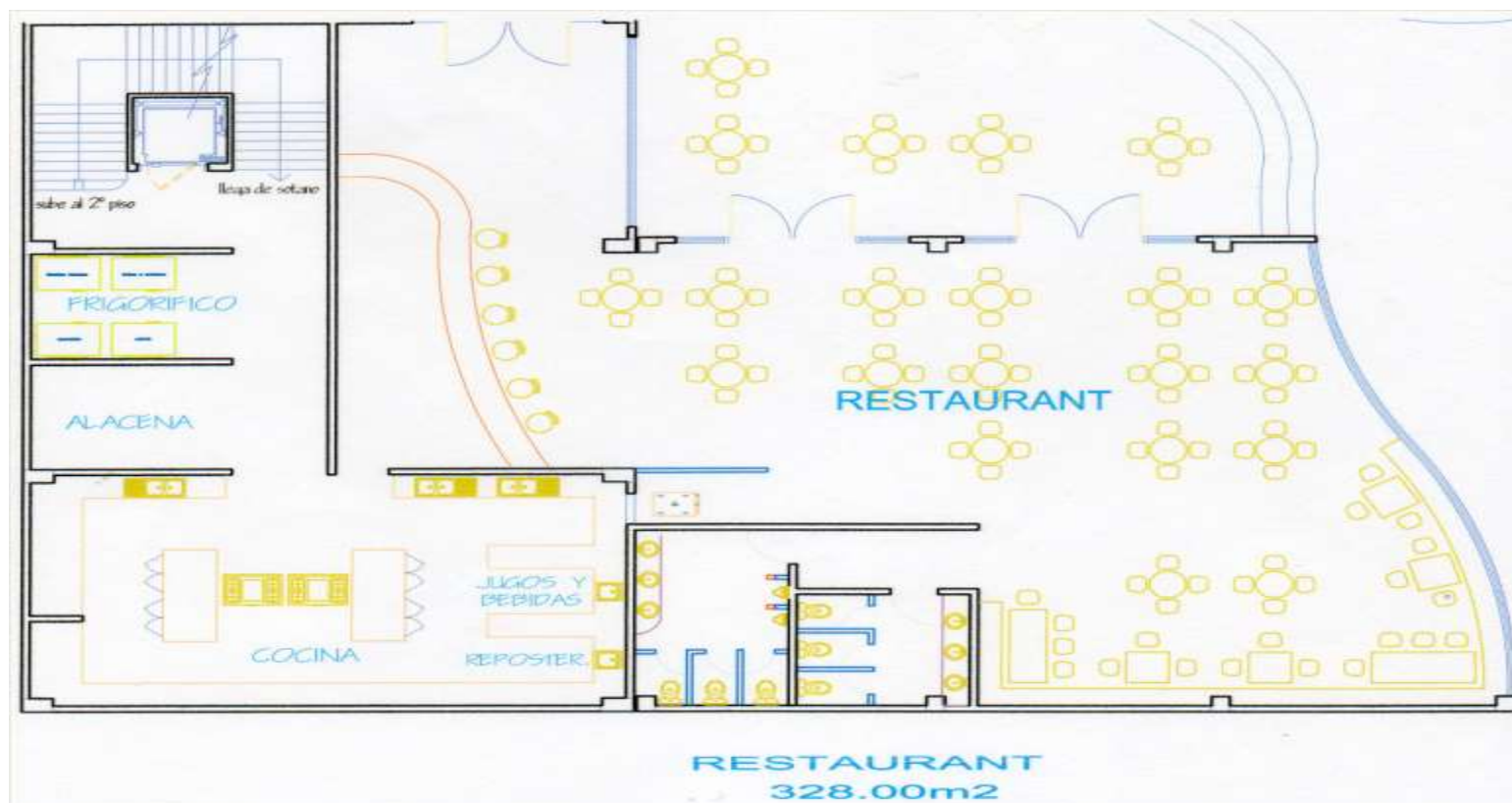
ANEXO vii

DISEÑO DEL ESPACIO PARA GIMNASIO



ANEXO viii

DISEÑO DEL RESTAURANTE



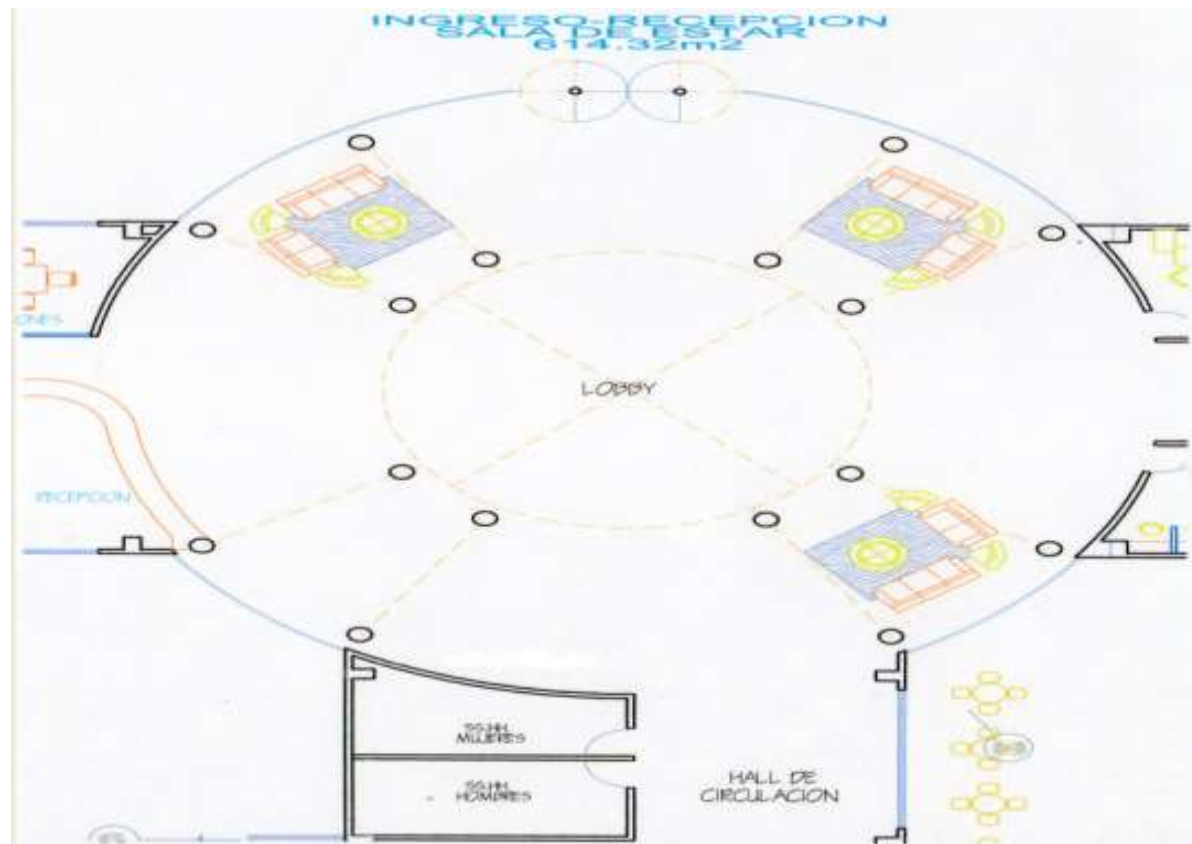
ANEXO ix

DISEÑO DEL ESPACIO PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA

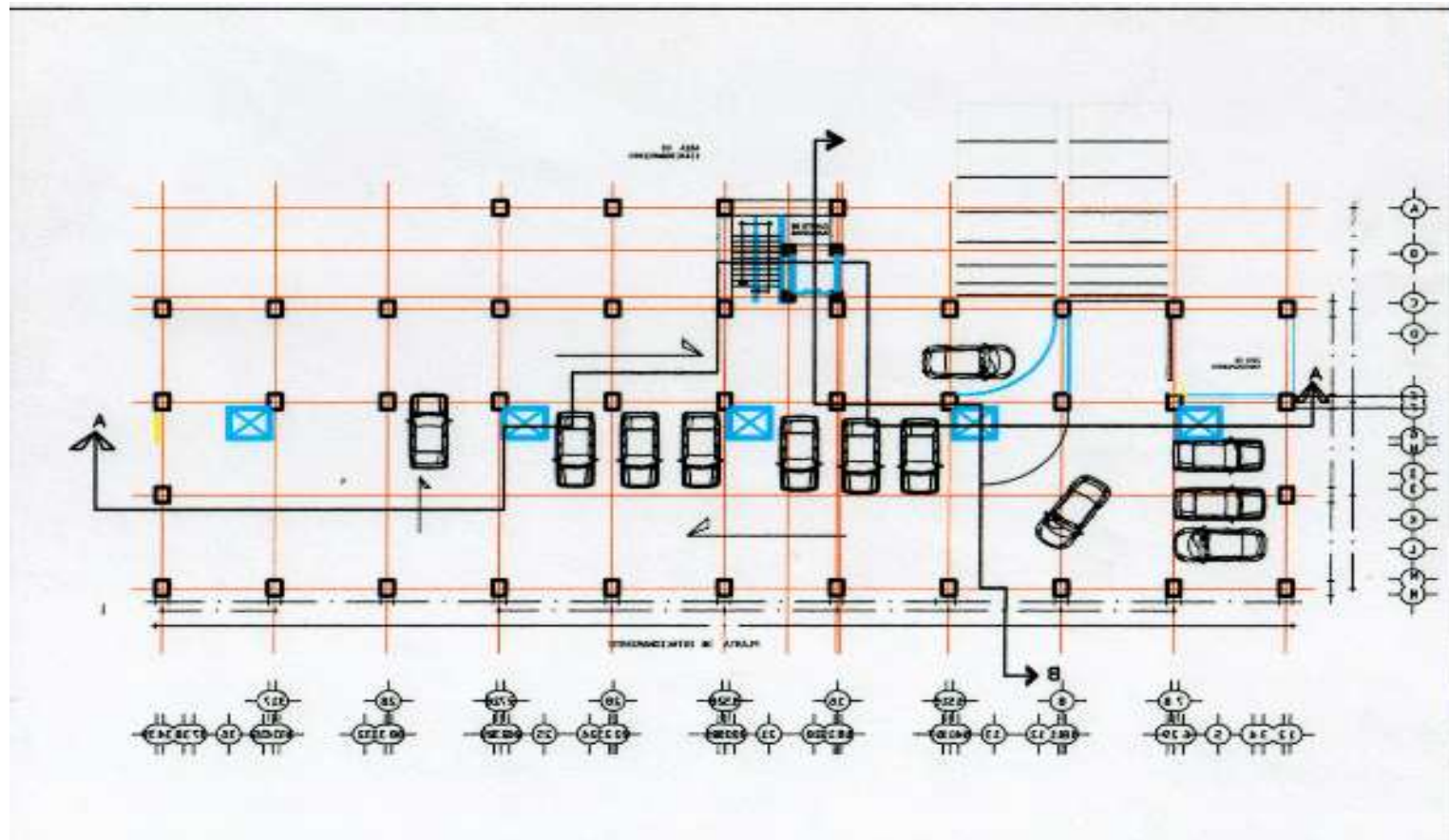


ANEXO x

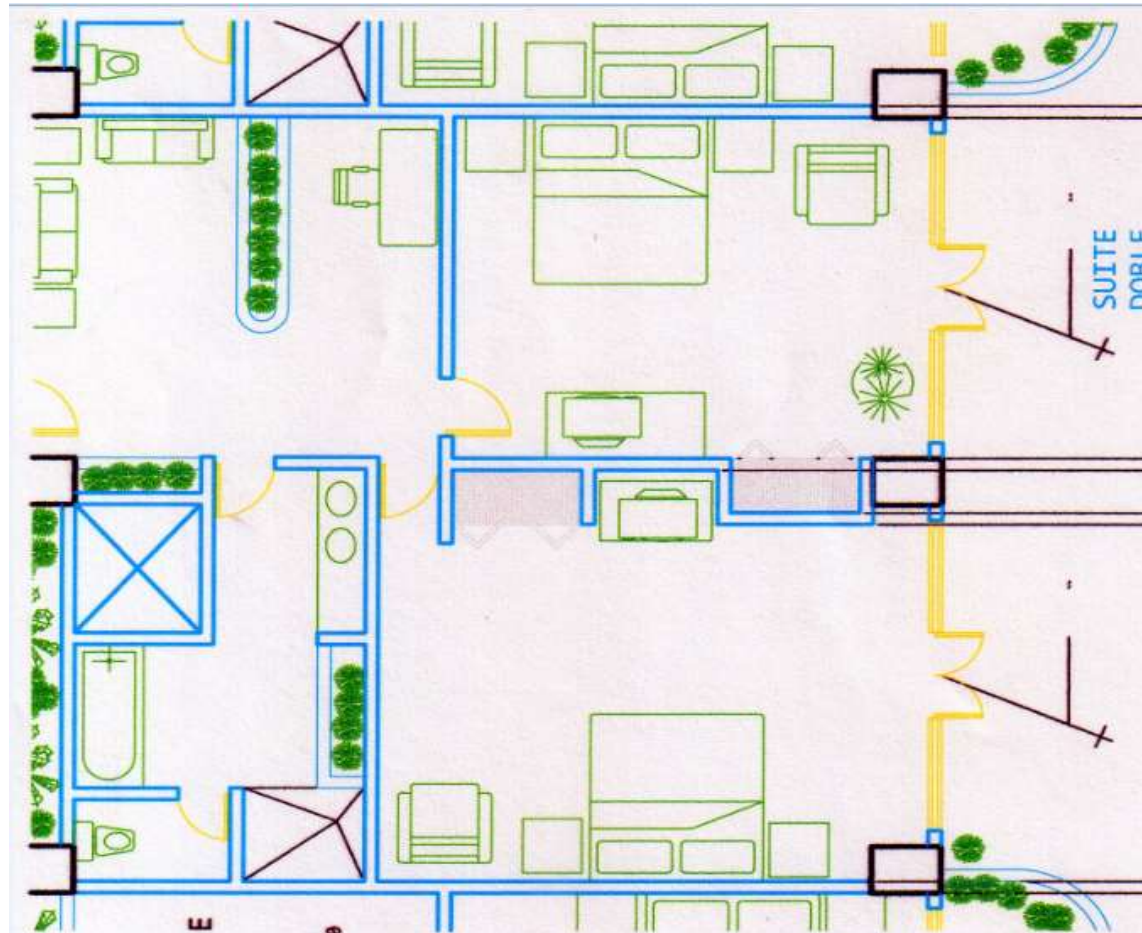
DISEÑO DEL ESPACIO DE INGRESO – RECEPCIÓN Y SALA DE ESTAR



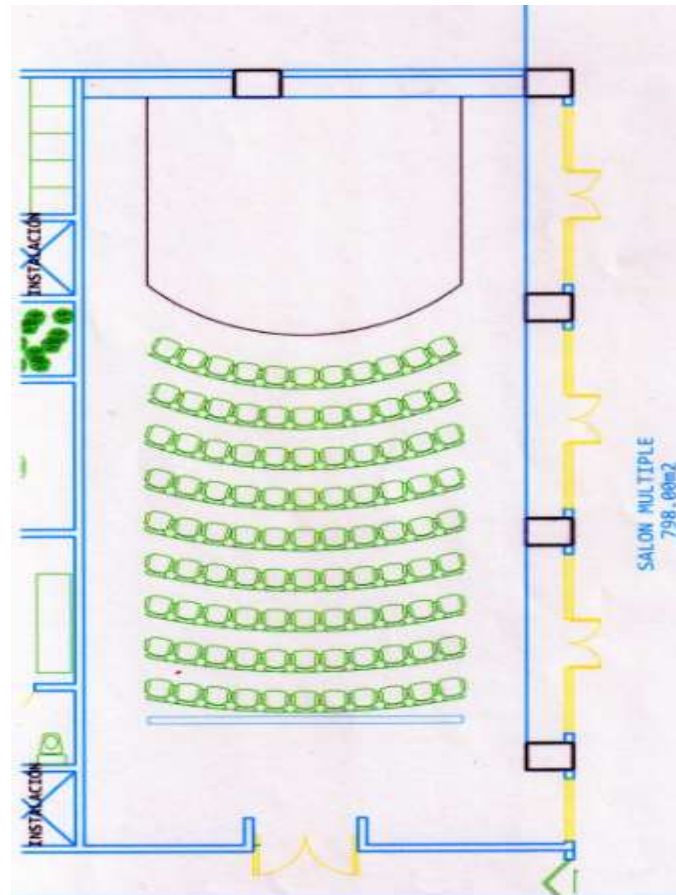
ANEXO xi



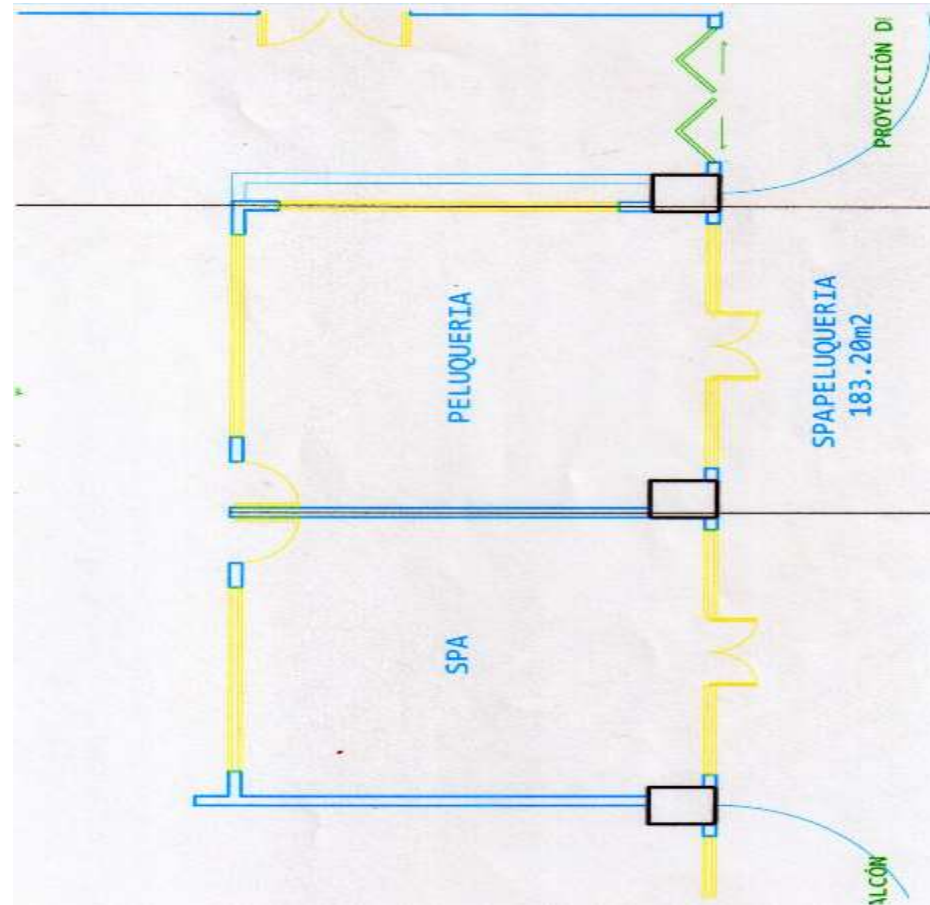
ANEXO xii



ANEXO xiii



ANEXO xiv



ANEXO xv

CURRICULUM VITAE

22-11-
2010

Mónica Cristina Mancheno Torres

Dirección: Durán, Cda. Ana María de Olmedo Mz. 34 V. 5
Av. Jaime Roldós y Manta.
cristinamancheno@hotmail.com
Teléfono: (593) 093837707 - 042862992

Fecha de Nacimiento : 14 de Julio de 1987
Estado Civil : Soltera
Nacionalidad : Ecuatoriana
Número de Cédula : 0926153362



FORMACIÓN ACADÉMICA

Primaria – Secundaria

**Escuela Bilingüe Mixta Particular No 9
“Golfo de Guayaquil”**

**Colegio Fiscal Técnico Experimental de Comercio y
Administración “Veintiocho de Mayo”**

Bachiller en Comercio y Administración (2005)

Especialización: Contabilidad

Estudios Superiores

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Facultad de Ciencias Económicas

Gestión Empresarial Internacional- Trilingüe - Egresado-

Inglés 80%

Francés 80%

Mención Académica

Énfasis en: Logística y Transporte Internacional

CUALIFICACIONES

- Honesta.
- Disciplinada.
- Puntual.
- Responsable.
- Excelente desempeño trabajando en equipo.
- Colaboradora

EXPERIENCIA LABORAL

Asistente del Departamento de Capacitaciones. Cámara de Comercio de Guayaquil

Mayo- Julio de 2011

Pasante del Departamento de Comisiones Sectoriales. Cámara de Comercio de Guayaquil

Febrero – Mayo de 2011

Asistente del Departamento Administrativo -Suministros Continental De Andrés Muñiz

Mayo – Agosto de 2010

Administradora. Cyber Cabinas “Dorys”

Marzo 2009- Abril 2010

Asistente del Departamento de Mantenimiento. FARMAYALA S.A.

Octubre. (2004) (PASANTÍAS)

Referencias Laborales

Sra. Martha Franco

Directora – Departamento de Comisiones Sectoriales “**Cámara de Comercio de Guayaquil**”

Telf.: 2682771

Sr. Germán Lynch

Director- Departamento de Capacitaciones “**Cámara de Comercio de Guayaquil**”

Telf.: 2682771 Ext. 333

REFERENCIAS PERSONALES

Ing. Fabián Torres Telf.: 2864350

Ing. Ginger Torres Telf.: 032969776

Sra. Miriam Vallejo Telf.: 085431573

CURRICULUM VITAE



ALEX MICHAEL PALMA SAN LUCAS

INFORMACIÓN PERSONAL

FECHA DE NACIMIENTO:	31 DE MAYO DE 1987
EDAD:	24
C.I.:	0924050388
ESTADO CIVIL:	SOLTERO
HIJOS:	0
DIRECCIÓN:	FLORIDA NORTE Mz. 212 V. 2
TELÉFONO:	042263 838
CELULAR:	098862075
CORREO ELECTRÓNICO:	terry19871@hotmail.com

ESTUDIOS REALIZADOS

SECUNDARIOS:	<i>SAN BENILDO "LA SALLE"</i>
TITULO OBTENIDO:	<i>TÉCNICO EN COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN CON ESPECIALIZACIÓN EN INFORMÁTICA Y CONTABILIDAD</i>
ESTUDIOS SUPERIORES:	<i>UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL (REALIZANDO EL SEMINARIO DE GRADUACION)</i>
TITULO A OBTENER:	<i>INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL CON MENCIÓN EN LOGÍSTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL</i>

DOMINIO DE IDIOMAS

INGLÉS INTERMEDIO

6TO NIVEL EN LA UNIVERSIDAD CATÓLICA

FRANCÉS INTERMEDIO

6TO NIVEL EN LA UNIVERSIDAD CATÓLICA

EXPERIENCIA LABORAL

CENTRO DE CONTACTOS CALL CENTER “*GUAYAQUIL LLAMA
S.A*”

DEPARTAMENTO DE NOTIFICACIÓN

AGENTE DE NOTIFICACIÓN

DESDE ABRIL 2009 HASTA JUNIO 2009

DISTRIBUIDOR DE MOVISTAR “*BEST COMMUNICATIONS
S.A.*”

DEPARTAMENTO OPERATIVO

COORDINADOR DE OPERACIONES

DESDE MAYO 2010 HASTA MARZO 2011

DISTRIBUIDOR DE MOVISTAR “*BRAVOCELL S.A.*”

GERENCIA COMERCIAL

ADMINISTRADOR COMERCIAL
DESDE ABRIL 2011 HASTA LA ACTUALIDAD

REFERENCIAS

ING. MARIA ELISA ROMERO
GERENTE OPERATIVO BEST COMMUNICATIONS S.A.
TELF.: 6003193 - 098077776

ING. JORGE BRAVO BORRERO
GERENTE GENERAL BRAVOCELL S.A.
TELF.: 2801605 - 094801429

ING. EDUARDO ROMERO CATAGÜA
DEP. DE PRODUCCIÓN DE DOLE UBESA
TELF.: 069496393